

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

TATIANE APARECIDA NETO

**O IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NA REDE SOCIAL
“FACEBOOK”: UM ESTUDO DA NETNOGRAFIA.**

CURITIBA

2015

TATIANE APARECIDA NETO

**O IMPACTO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO NA REDE SOCIAL
“FACEBOOK”: UM ESTUDO DA NETNOGRAFIA.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como critério de aprovação à disciplina de Pesquisa em Informação, do curso de Gestão da Informação, Departamento de Ciência e Gestão da Informação, Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof. Sandra de Fátima Santos
Coorientador: Prof. Celso Yoshikazu Ishida

CURITIBA

2015

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus por ter me dado ~~vida~~ e força para superar as dificuldades e permitir ~~que~~ tudo isso acontecesse, ao longo de minha vida, ~~em~~ somente nestes anos como universitária, mas que em todos os momentos é o maior mestre que alguém pode conhecer.

Aos meus pais, Honório José Neto e Palmira Gonçalves Neto, por seu amor e carinho incondicionais, por me apoiarem nos momentos em que mais precisei e por me incentivar a não desistir do meu sonho. A vocês que tanto me ajudaram nessa jornada dedico essa vitória, porque mesmo diante de dificuldades, me fortaleceram e para mim foi muito importante.

Ao meu esposo Marcos Hartmann, por seu apoio, carinho e paciência em todos os momentos em que precisei me ausentar por conta de atividades acadêmicas.

Aos colegas que conheci no decorrer dos anos, que contribuíram de alguma forma em trabalhos, projetos e seminários.

A orientadora professora Sandra de Fátima Santos por disponibilizar seu tempo para realizar as orientações sempre com muito carinho e atenção.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

A pesquisa caracteriza-se por ter abordagem qualitativa, o qual tem embasamento no método netnográfico que consiste em tentar compreender a totalidade do fenômeno mais do que focalizar conceitos específicos. O seu tema é o impacto da tecnologia da informação na notoriedade da rede social “Facebook”. O problema norteador visa compreender como a tecnologia pode influenciar as pessoas a se exporem na rede social Facebook visando a notoriedade. Para responder ao problema o objetivo geral que norteia esta pesquisa é avaliar através da metodologia denominada Netnografia como as pessoas utilizam a rede social “Facebook” no seu dia-a-dia, buscando entender como a tecnologia da informação pode influenciá-las a se expor na expectativa de obter reconhecimento. O levantamento de dados consistiu na coleta de dados sem instrumentos formais estruturados, que não tenta controlar o contexto da pesquisa, e, sim, captar o contexto na totalidade, enfatizando o subjetivo como meio de compreender e interpretar as experiências e analisar as informações narradas de uma forma organizada, mas intuitiva. A análise dos dados ocorreu utilizando-se a interpretação hermenêutica além de serem aplicadas com base nos dez (10) critérios citados pela metodologia criada por Kozinets. O resultado obtido destaca que as redes sociais são uma nova forma de sociabilidade contemporânea.

Palavras-Chave: Facebook. Netnografia. Rede social. Sociabilidade. Tecnologia da Informação.

ABSTRACT

The research is characterized by having a qualitative approach, which has foundation in netnographic method is to try to understand the whole phenomenon rather than focus on specific concepts. Its theme is the impact of information technology on the notoriety of the social network "Facebook". The guiding issue aims to understand how technology can influence people to expose themselves on the Facebook social network aimed at notoriety. To address the problem the general objective that guides this research is to evaluate through the methodology called netnography how people use the social network "Facebook" in their day to day, trying to understand how information technology can influence them to expose hoping to get recognition. Data collection consisted of the collection of structured data without formal instruments, trying not to control the context of the research, and, yes, capture the context in full, emphasizing the subjective as a means to understand and interpret the experiences and analyze the information narrated from an organized way, but intuitive. Data analysis was using the hermeneutic interpretation and are applied on the basis of ten (10) criteria cited by the methodology created by Kozinets. The result highlights that social networks are a new form of contemporary sociability.

Keywords: Facebook. Netnography. Social network. Sociability. Information technology.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - FOTOGRAFIA CAPTURADA POR BABYCAKES ROMERO	20
FIGURA 2 - TECNOLOGIA ACABANDO COM O CONVÍVIO SOCIAL.....	20
FIGURA 3 - EXEMPLOS DE MEMES CRIADOS NAS REDES SOCIAIS.....	23
FIGURA 4 - EX. DE CHARGE COMPARTILHADA PELO FACEBOOK.....	23
FIGURA 5 - FAMÍLIA CONECTADA	24
FIGURA 6 - BRASILEIROS QUE ACESSAM REDES SOCIAIS	24
FIGURA 7 - PERFIL DO FACEBOOK.....	27
FIGURA 8 - POSTAGEM DE ZILLA VAN DEN BORN EM SEU PERFIL.....	28
FIGURA 9 - MONTAGEM DE ZILLA	29
FIGURA 10 - IMAGENS SIMULADAS.....	30
FIGURA 11 - BASTIDORES DAS SIMULAÇÕES	30
FIGURA 12 - FLUXOGRAMA DE PESQUISA NETNOGRÁFICA	34
FIGURA13 - PERFIL CRIADO NO FACEBOOK	37
FIGURA 14–DIVERSIDADE DE TEMAS.	44
FIGURA 15 - INFORMAÇÕES QUE PRETENDE REPASSAR.	47
FIGURA 16 - MOTIVO DA CRIAÇÃO DO PERFIL.....	50
FIGURA 17 - PORQUE TANTA EXPOSIÇÃO.	54
FIGURA 18- INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO.....	58
FIGURA 19 - INTERESSE PELA VIDA ALHEIA.	61
FIGURA 20 - NUVEM DE PALAVRAS DE TODAS AS ENTREVISTAS	62

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - QUE INFORMAÇÃO É PROCURADA NO FACEBOOK.	41
TABELA 2- QUAL INFORMAÇÃO PRETENDE PASSAR.....	45
TABELA 3 - MOTIVO DA CRIAÇÃO DO PERFIL.	48
TABELA 4 - PORQUE TANTA EXPOSIÇÃO	51
TABELA 5 - INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO.....	55
TABELA 6- INTERESSE PELA VIDA ALHEIA	59

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 O PROBLEMA	9
1.2 OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS	11
1.3 JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA.....	11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
2.1 GESTÃO DA INFORMAÇÃO NA REDE SOCIAL FACEBOOK	14
2.2 A COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL NA SOCIEDADE ATUAL	16
2.3 AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO DA ATUALIDADE	19
2.4 AS REDES SOCIAIS NA SOCIEDADE ATUAL	21
2.5 A REDE SOCIAL “FACEBOOK”	25
2.6 A NETNOGRAFIA COMO FERRAMENTA DE PESQUISA	30
2.7 AS REDES SOCIAIS COMO UMA NOVA FORMA DE SOCIABILIDADE	35
3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICOS	36
3.1 CLASSIFICAÇÃO.....	36
3.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	36
3.3 POPULAÇÃO, AMOSTRA	37
3.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE.....	38
4 ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS.....	40
4.1 ANÁLISE DOS DADOS	40
5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO DE FUTURAS PESQUISAS.....	63
REFERÊNCIAS.....	65
APÊNDICE A – ROTEIRO PARA COLETA DE DADOS	69

1 INTRODUÇÃO

A maneira de se comunicar vai mudando conforme o tempo vai passando, a tecnologia vai avançando e trazendo novidades que caem no gosto das pessoas num piscar de olhos. As redes sociais já não precisam ser acessadas diretamente pela tela do computador, podendo hoje ser acessado através de um celular. A tecnologia torna a vida nas redes sociais dinâmicas e instantâneas, porque o compartilhamento das emoções e das fotografias é em tempo real, ou seja, aconteceu, já está na rede e todos os contatos já estão compartilhando e/ou curtindo. Como afirmam Saraiva e Cabral (2001) “as relações interpessoais através da Internet vêm se tornando cada vez mais complexas e frutos de conexões” que refletem essa grande evolução pela qual passa a tecnologia.

A partir do momento em que se cria um perfil na rede social Facebook, automaticamente já estão sendo gerados dados que reunidos formam informações, isso já no primeiro contato com a rede na hora do preenchimento dos dados pessoais como nome, cidade onde mora, status de relacionamento entre outros, uma segunda forma de alimentação de informações é através das postagens diárias onde as pessoas postam suas atividades corriqueiras, compartilham fotografias, contam sobre suas vidas, etc. Uma terceira forma de gerar informações, está na criação de grupos, onde são reunidas pessoas que possuem interesse em comum que geram debates, compartilhamento de informações e conhecimentos, onde são expressas as “particularidades dos indivíduos que interagem uns com os outros, mais vigoroso é o investimento nos laços que os ligam entre si, mesmo que isso se dê à custa de um mínimo de exposição de suas vidas pessoais” (SANTOS; CYPRIANO, 2012, p.72).

Ao se conectar na rede social Facebook, as pessoas passam a interagir com o mundo, onde a “possibilidade de acessar informações, a partir de todo e qualquer computador pessoal, está revolucionando a relação entre os usuários e a informação, permitindo cada vez mais, novas e criativas maneiras de utilizá-las” Lopes (2001). Estamos vivendo em uma época onde a informação torna-se um diferencial tanto na vida social quanto na profissional e quem não se mantém informado e atualizado com as tecnologias da informação acaba ficando para trás e perdendo excelentes oportunidades de colocação no mercado.

1.1 O PROBLEMA

Segundo Reis et al (2012) “a comunicação é um produto funcional da necessidade humana de expressão e relacionamento”. O ser humano necessita estar se relacionando a todo instante e a comunicação é a forma de expressar o que se pensa. Ao criar uma conta em uma rede social, as pessoas são movidas por algum interesse, alguma informação quer repassar aos demais. Na era da informação nos deparamos com diversas ferramentas que nos auxiliam nessa forma de comunicação através das “práticas sociais por meio das tecnologias de informação e comunicação social encontradas nas redes sociais.” (REIS et al, 2012, p.1)

Imagina-se que o interesse por estudar o comportamento das pessoas via rede social Facebook se dá a partir do momento em que se percebe o apelo pela popularidade, pela carência de elogios, curtidas, pelo excesso de fotografias postadas diariamente fazendo com que a rede social torne-se uma espécie de diário virtual. Diante dessa situação, surge a curiosidade de entender porque a necessidade de tal exposição, qual interesse, que motivação, qual a satisfação as pessoas têm em mostrar a todos o que está fazendo, o que está pensando. Há o interesse em entender que tipo de informação a pessoa quer passar com tudo isso e descobrir de que forma a tecnologia da informação contribui para que se compartilhem todas suas emoções ao seu grupo seguidor.

Saraiva e Cabral (2001) afirmam que “ao perceber a Internet como um novo e determinante meio de comunicação que está mudando as formas de relacionamento entre pessoas e grupos”, é interessante entender como a tecnologia da informação pode influenciar as pessoas nessa forma de se relacionar. Como a inclusão digital pode transformar a vida das pessoas, rompendo a barreira da distância entre amigos e familiares ao mesmo tempo em que afasta os que estão sob o mesmo teto.

Na atualidade identifica-se uma intensa conexão e compartilhamento de conteúdos, gerando uma rede mundial de comunicação, mediada por tecnologias. (ARRUDA FILHO, 2012). A essa rede mundial de comunicação dá-se o nome de redes sociais, dentre tantas existentes uma muito conhecida e utilizada é o Facebook.

O estudo do comportamento humano na rede tem grande relevância, é interessante descobrir novas informações, aprender coisas novas e como define Saraiva e Cabral:

Através da própria natureza humana, movida por sua curiosidade no desconhecido, a Internet vem crescendo e conquistando mais espaço no mundo virtual, oferecendo diferentes formas de comunicação, exploradas ao mesmo tempo por pessoas que buscam novas formas de interação pessoal que prometam alguma satisfação emocional e, portanto, individual. (SARAIVA e CABRAL,2001).

A Revolução da Tecnologia vem alterando conceitos de temporalidades diante da velocidade que impõe. O indivíduo cada vez mais se expõe em redes transparentes ao alcance de todos, numa espécie de espelho onde a vigília é invisível (DIAS, 2012). A busca pela popularidade a todo custo faz com que as pessoas exponham seu cotidiano registrando em sua página suas atividades corriqueiras, expondo opiniões sobre política, religião, futebol e afins. Muitos têm mania de estrelismo querendo ser o centro das atenções, buscando popularidade, postando fotografias na expectativa de obter dezenas, talvez centenas de curtidas e comentários. São inúmeras as formas de uso da ferramenta no dia-a-dia, são inúmeros os motivos pelos quais as pessoas se conectam na rede.

Usando metodologia adequada conseguiremos entender e não apenas quantificar como a tecnologia da informação atua na vida das pessoas, como ela interfere na interatividade do usuário na plataforma da rede social, como ela influencia no que os usuários deste tipo de rede querem postar. Por essa razão há interesse em estudar o comportamento das pessoas nas redes sociais para compreender o que elas querem comunicar com seu perfil pessoal.

Com isso teremos subsídios para debater como a tecnologia mudou a forma de comunicação entre os seres humanos. Partindo do princípio de que algo é motivador à exposição na rede, e desta maneira é que surge a seguinte questão a ser investigada: **Como o impacto da tecnologia da informação pode influenciar as pessoas a se exporem, visando notoriedade na rede social “Facebook”?**

1.2 OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS

O objetivo geral que norteia esta pesquisa é avaliar através da metodologia denominada Netnografia como as pessoas utilizam a rede social “Facebook” no seu dia-a-dia, buscando entender como o impacto da tecnologia da informação pode influenciar as pessoas a se exporem na busca de obter notoriedade. Para que este seja atingido faz-se necessário que os seguintes objetivos específicos sejam atendidos:

- a) Identificar que tipo de informação as pessoas procuram acessar em seu tempo livre e que informação pretendem passar para seus contatos na rede social “Facebook”;
- b) Identificar qual é o motivo que leva a pessoa a criar um perfil na rede social “Facebook” e o porquê de tanta exposição, o porquê da busca pela popularidade, do “status”;
- c) Analisar como a tecnologia da informação pode influenciar na interatividade na rede social e por que a vida social das pessoas interessa tanto na sociedade contemporânea.

Portanto, espera-se, com a presente pesquisa, encontrar respostas que satisfaçam e forneçam subsídios suficientes para responder ao problema de pesquisa proposto.

1.3 JUSTIFICATIVA TEÓRICA E PRÁTICA

A comunicação da contemporaneidade revolucionou as formas de sociabilização. “Por meio da internet, ficou possível se interagir com diferentes culturas e épocas em um mesmo espaço; tornou-se possível se familiarizar com mais facilidade, e o significado do que é perto ou longe passou a ser relativo” (DIAS, 2012) e muito mais acessível.

Com o advento da internet muitas comodidades foram entrando na vida das pessoas que acompanham os avanços tecnológicos, podendo desde pagar suas contas acessando seu *bankline*, acessar sua receita favorita, até fazer compras

online, etc. A forma de se comunicar tornou-se muito mais agradável e muito mais rápida através das tecnologias da informação e sobre comunicação Reis et AL (2012) afirmam que : “A comunicação não existe por si mesma como algo separado da vida da sociedade, pois sociedade e comunicação é uma só coisa. Não poderia existir comunicação sem sociedade e nem sociedade sem comunicação”. As redes sociais hoje têm um papel fundamental nessa nova forma de comunicação, e o que aparentemente percebe-se é que para muitas pessoas quanto mais amigos tiver, mais especial se é. Acredita-se que pessoas extrovertidas tendem a ter um relacionamento interpessoal mais agradável e isso se reflete nas redes sociais. Porém, muitos acabam adicionando pessoas que não são do seu convívio particular, simplesmente para demonstrar status.

Os avanços tecnológicos estão quebrando barreiras da distância entre as pessoas e com o acesso à internet é possível ter diversos tipos de entretenimento, desde criar novas amizades, jogar online até encontrar pessoas para relacionamentos afetivos, dentre tantas outras atividades.

A sociedade demanda o estudo de redes porque ela traz (muitos) novos dados. Diariamente é produzida muita informação nas páginas pessoais, fóruns e comunidades. “Essas informações poderão contribuir para um melhor entendimento de como ocorre o comportamento da sociedade frente aos novos processos tecnológicos e sobre digitalização das relações entre os indivíduos” Liz et al (2012). Além de possibilitar descobrir tendências dos mais variados assuntos, Rodrigues (2014) publicou um artigo sobre as 6 tendências recentes em redes sociais no Brasil, dentre elas, destaca-se a terceira:

Nº3: Sempre conectado - Outro resultado da pesquisa da CONECTA foi que a grande maioria dos internautas brasileiros afirmou estar sempre conectada às redes sociais devido à facilidade de acesso pelo celular: 89% estão continuamente conectados ao Facebook, 87% ao WhatsApp e 63% ao Instagram (RODRIGUES , 2014).

Esta é a **justificativa teórica** que embasa o estudo na rede social Facebook, para que possa ser atingido o objetivo proposto por esse trabalho e venha contribuir teoricamente com futuros estudos.

No entanto a **justificativa prática** para este estudo está voltada nas tendências da rede social Facebook, onde, pretende compreender como as pessoas estão utilizando seu tempo na rede. Que tipo de informação elas buscam e o que

pretendem passar para seus contatos. Porque as pessoas querem ser populares. Qual o motivo que leva a pessoa a criar um perfil na rede social “Facebook” e o porquê de tanta exposição, o porquê da busca pela popularidade, do “status” e como a tecnologia da informação pode influenciar na interatividade na rede social e por que a vida alheia interessa tanto aos outros.

Com as respostas para essas questões, será possível encontrar soluções práticas que poderão ajudar as empresas e empreendedores a entenderem como os usuários estão usando as mídias sociais, e com isso direcionar suas campanhas e investimentos publicitários para atingir seu público-alvo, criando produtos e serviços que atendam a esse público. Compreender empiricamente esse tema é fundamental para que novas ferramentas sejam desenvolvidas para atender as necessidades dos usuários que são cada vez mais exigentes.

As empresas estão se preocupando em realizar estudos sobre o comportamento do consumidor através do Facebook e afins, tanto que a área do Marketing está investindo cada vez mais na metodologia Netnografia, Kozinets (2014) é o pioneiro nessa área, sendo considerado por muitos autores o pai da Netnografia. Sendo assim este estudo pretende analisar o comportamento dos usuários dessa mídia social, procurar compreender quais são os fatores motivacionais significativos de uso dessa ferramenta e porque tanta exposição da vida pessoal. Portanto é interessante estudar sobre o tema para que possa “servir de embasamento para o estudo de outras mídias sociais, as quais crescem e se desenvolvem de maneira rápida e diversificada com a revolução técnico-científica do mundo” Ferreira e Arruda Filho (2012), além da possibilidade de criar produtos ou serviços de informação voltados para esse público que gosta de ter popularidade no Facebook.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

É necessária a contextualização e a definição dos temas abordados através da literatura pertinente, para melhor compreender o impacto da tecnologia da informação e a notoriedade na rede social Facebook.

2.1 GESTÃO DA INFORMAÇÃO NA REDE SOCIAL FACEBOOK

A Gestão da Informação consiste em trabalhar com a informação realizando atividades de busca, identificação, classificação, processamento, armazenamento e disseminação de informações, independentemente de qual seja seu formato ou suporte. Além de ser tratada para que chegue a informação certa, para a pessoa certa, na hora certa. Sendo assim, na literatura encontramos alguns autores que relatam com maior propriedade sobre o assunto:

A informação e o conhecimento estão em todas as esferas e áreas, são considerados essenciais tanto do ponto de vista acadêmico quanto profissional e, quando transformados pelas ações dos indivíduos, tornam-se competências valorizadas, gerando benefícios sociais e econômicos que estimulam o desenvolvimento e são, ainda, recursos fundamentais para formação e manutenção das redes sociais. (TOMAÉL, ALCARÁ e CHIARA, 2005)

Nos Anais do XIV Encontro de Iniciação Científica da Puc-campinas (2009), Lisboa comenta sobre o ciclo informacional, fluxos de informação e gerenciamento de informações e destaca que:

A informação é o alicerce da geração de conhecimento e, por este motivo, é considerada um dos mais importantes ativos de uma organização. A Ciência da Informação estuda os princípios e práticas da criação, organização e distribuição da informação e os fluxos da informação: criação, transferência e uso da informação pelo indivíduo. O ciclo documentário é formado por seis etapas: produção, registro, aquisição, organização, disseminação e assimilação. Os processos de gerenciamento de informações são: geração, seleção, coleta, categorização, organização, processamento, disseminação, análise e uso. O ciclo de gestão da informação identifica-se com o ciclo informacional utilizado pela biblioteconomia e ciência da informação. (ANAIS DO XIV ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA PUC-CAMPINAS, 2009, p. 1)

Acredita-se que com a aplicação da Gestão da Informação nos estudos comportamentais das pessoas na rede social Facebook, possam ser coletadas respostas e informações que ajudem a compreender como as tecnologias da informação estão mudando a forma como as pessoas estão se relacionando, como elas estão interferindo no cotidiano e como elas influenciam a tanta exposição.

O Facebook, assim como tantas outras redes sociais, possui uma característica muito interessante como definem Freitas, Silva e Bufrem (2012), que juntamente com o surgimento das tecnologias da informação e da comunicação, também “surgem como facilitadoras para o compartilhamento do conhecimento e como colaboradoras diretas para a consolidação dos processos de compartilhamento da informação e do conhecimento”.

Com as redes sociais o compartilhamento de informações e do conhecimento ficou muito mais rápido e dinâmico, além de serem produzidas a todo instante por parte dos usuários dados que interessam e muito para organizações que investem cada vez mais no campo online para obterem vantagem competitiva. Sendo assim seguindo ainda o raciocínio de Freitas, Silva e Bufrem (2012), que dizem que:

As redes são um meio para estimular e fomentar a criação e o compartilhamento de conhecimento, assim como um recurso que possibilita a análise de contextos e cenários em todos os seus aspectos, incluindo fins como análise de contextos para tomada de decisão, e/ou para melhoria de processos, mudanças de cultura, entre outros.

Há a necessidade de gerir a informação para que possa ser feito o levantamento de informações que interessem ao cliente, com isso faz-se necessário passar pelo ciclo informacional, que fará com que o problema a ser resolvido obtenha uma solução satisfatória. Para entendermos melhor o que é o ciclo informacional, Lisboa (2009) afirma que: “O ciclo de gestão da informação identifica-se com o ciclo informacional utilizado pela ciência da informação que compreendem as etapas de produção, registro, aquisição, organização, disseminação e assimilação”. Ainda segundo Lisboa (2009) o processo de gerenciamento da informação tem as seguintes etapas: “identificação de necessidades de informação, aquisição, organização e armazenamento de informação, desenvolvimento de produtos e serviços de informação, distribuição da informação e uso da informação”.

Nota-se que as redes sociais estão ganhando espaço cada vez maior entre os usuários da internet. Esse crescimento de usuários faz com que exista um número muito elevado de dados circulando por esses ambientes virtuais. O que propicia um ambiente muito produtivo, despertando o interesse de muitas organizações que buscam nesse ambiente identificar quais são as necessidades de informação e com isso desenvolver produtos e serviços informacionais, aplicativos, dentre tantas outras.

Acredita-se que com o estudo e análise dos contextos e cenários que serão aplicadas no Facebook em conjunto com o ciclo informacional e os processos de gerenciamento da informação da Gestão da Informação, possam retornar respostas satisfatórias que possibilitem o entendimento de como as tecnologias da informação podem facilitar o compartilhamento das informações, além de entender como elas influenciam o uso diariamente, com isso espera-se que o objetivo seja alcançado.

2.2 A COMUNICAÇÃO NA ERA DIGITAL NA SOCIEDADE ATUAL

É do conhecimento de todos que o mundo virtual é ágil e muito utilizado, pois sua agilidade e rapidez unidas ao dinamismo e a conveniência fazem com que a internet seja o meio de comunicação mais eficiente e utilizado na atualidade. A era digital trouxe uma nova forma de comunicar-se, de criar e compartilhar informações e conhecimento, capaz de chegar a lugares jamais mensurados, conhecidos e esperados.

Desde os primórdios a comunicação é essencial para o convívio em sociedade. Com o passar dos tempos e das transformações na sociedade a comunicação tem sofrido mudanças e conquistando avanços que contribuem para que a comunicação seja feita de diversas formas com recursos que ajudam a aproximar as pessoas movendo uma barreira chamada distância e reduzindo o tempo de espera por uma interação, que hoje com a ajuda da tecnologia é instantânea. Pensando na transformação dos processos comunicacionais, Reis et al (2012,p.1) expressa muito bem dizendo que:

Os processos comunicativos na sociedade sempre se apresentaram com uma forma evolutiva no decorrer da história do homem. Começou com os grunhidos e os gestos dos poucos homens recém-emergidos da animalidade original, depois foram evoluindo e se enriqueceu em seu conteúdo e em seus meios comunicacionais, assim chamados de massa e virtuais.

O Facebook propicia um ambiente em que as pessoas podem compartilhar “experiências, ideias e sentimentos, ao se relacionarem como seres interdependentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridos no uso dos meios de comunicação virtual”. (REIS et al, 2012, p.1)

A partir do momento que a internet passou a ser mais acessível para as pessoas, e a integração às redes sociais foi tomando conta em massa a comunicação transformou-se numa necessidade constante. Ultimamente as pessoas estão conectadas as redes sociais a todo instante, mesmo sabendo que não tem nenhuma atualização, fazem questão de estar acessando de cinco em cinco minutos o aplicativo através do telefone celular. Não importa se estão no trabalho, na rua, no ônibus, onde for o importante é estar por dentro das novidades e postar tudo que acontece no dia-a-dia.

A Internet, como um meio inovador de comunicação, surge para romper barreiras preconceituosas, delimitadoras do desenvolvimento emocional do indivíduo, que, ao mesmo tempo, percebe a necessidade de sentir sem medo as emoções da vida, exaltando sua própria natureza e se permitindo conhecer e desfrutar sua existência na sua totalidade, sem temer a rejeição causada pelos obstáculos que a própria sociedade criou para sua aceitação. (SARAIVA e CABRAL, 2001).

Com essa inovação na comunicação, surgiram novas terminologias ao vocabulário dos usuários, tanto que “Pesquisadores e acadêmicos em linguística do Brasil, Canadá, Espanha, Itália, México e Portugal reuniram, em um dicionário on-line, com mais de 114 termos” que compõem uma espécie de vocabulário dos usuários das redes sociais. Diário do Nordeste (2014). Esse trabalho "Vocabulari Panllatí de les Xarxes Socials"¹ (Vocabulário Panlatino das Redes Sociais), visa atingir pessoas que trabalham com tradução e interessados em redes sociais sem restrição de público para facilitar o acesso aos diversos conceitos que são expressos no ambiente virtual.

¹ Maiores informações acesse: http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris_En_Linia/156/Presentacio

A comunicação é o fator primordial para que o estudo seja realizado e obtenha êxito, pois, através da interação e comunicação dos usuários que poderão ser coletados os dados que são essenciais para que o problema seja resolvido. O ser humano se comunica o tempo todo das mais variadas formas e com o acesso ao computador essa comunicação consegue atingir milhares de pessoas em questão de segundos.

Todo computador, conectado à Internet, possui a capacidade de transmitir palavras, imagens e sons. Não se limita apenas aos donos de jornais e emissoras; qualquer pessoa pode construir um site na Internet, sobre qualquer assunto e propagá-lo de maneira simples. (GALLI, 2002)

Com o acesso a construção de páginas com muita facilidade e com a adesão de milhares de pessoas acessando as redes sociais vai sendo criada uma linguagem específica da Internet que se constrói “a partir da língua comum, adaptando vocábulos e, em grande parte, por meio de empréstimos da língua inglesa” Galli (2002), ou seja, uma nova maneira de se comunicar no ciberespaço, o que gera certo desconforto para quem não está acostumado com a “linguagem virtual”, para não se sentir perdido na web, a maneira mais simples é procurar estudar sobre o assunto navegar sem medos. “A análise da Internet como fator modificador das relações sociais é principalmente enquadrada, em nosso ponto de vista, pelo estudo das comunidades virtuais, como forma mais pura de consequência da interação entre o humano e o ciberespaço” (RECUERO, 2000).

Uma reportagem postada no site Globo.com no caderno economia aponta que a internet é o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros, perdendo apenas para a televisão. Para essa reportagem foi encomendada uma pesquisa que segundo o Ibope:

O Ibope perguntou aos entrevistados que usam internet quais são os sites, blogs ou redes sociais mais acessados entre segunda e sexta-feira. De forma espontânea – ou seja, sem que o pesquisador tenha apresentado uma lista previamente elaborada –, o mais citado foi o Facebook (63,6%). Em segundo, aparece o site da Globo.com (7%) e, em terceiro, o G1 (5,6%). Além desses três, os dez primeiros incluem Yahoo (5,0%), YouTube (4,9%), UOL (4,8%), R7 (2,9%), MSN (2,7%), iG (2,7%) e Terra (2,3%). Ao todo, o levantamento relaciona 20 sites, blogs ou redes sociais. (BRAGA, 2014)

Acredita-se que o Facebook tem essa popularidade toda entre os usuários da internet porque ela trouxe um novo conceito de comunicação onde “não há

interação física. Não há proximidade geográfica: Estas comunidades estruturam-se fundamentalmente sobre um único aspecto: o interesse em comum de seus membros”, Recuero (2000), pois, conectado à rede é possível compartilhar experiências, trocar informações, jogar conversa fora com pessoas do mundo inteiro, podendo compartilhar seu conhecimento e adquirindo novos. E isso se tornou possível porque “grande parte dos avanços tecnológicos está no processo evolutivo da comunicação, conduzindo-se para uma maior democratização do saber e da informação” Galli (2002). Hoje qualquer um pode produzir informação e disponibilizar ao mundo, porque “a comunicação virtual introduz um conceito de descentralização da informação e do poder de comunicar” Galli (2002). A comunicação combinada com a tecnologia abre espaço para que o homem possa soltar sua criatividade, mostrar ao mundo que com talento e sabedoria é possível compartilhar informações que sejam relevantes para o público que se deseja atingir.

2.3 AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO DA ATUALIDADE

Desde o surgimento dos computadores e equipamentos similares, os impactos causados foram profundos sobre a sociedade, afinal a tecnologia chegou para dar maior comodidade e facilidades aos seus usuários. Atualmente a tecnologia da informação está presente em diversos tipos de aparelhos, e como diz (KOZINETTS, 2014):

Nossos mundos sociais estão se tornando digitais. Consequentemente, cientistas sociais ao redor do mundo estão constatando que para compreender a sociedade, é preciso seguir as atividades sociais e interações das pessoas na internet e por meio de outros meios de comunicação mediados pela tecnologia.

Há a necessidade de compreender como essas tecnologias influenciam e tomam conta da vida das pessoas ao ponto de se tornar uma dependência, um vício. Isso está sendo muito bem retratado em fotografias feitas pelo fotógrafo Babycakes Romero², que registrou cenas do dia-a-dia numa sessão fotográfica chamada de “A

² As fotografias podem ser acessadas pelo link: <http://www.chiadamagazine.com/2014/10/a-morte-das-conversas-fotografo-capta.html>

morte das conversas”, onde, capturou imagens de famílias, amigos, casais e afins juntos fisicamente, porém separados por um celular na mão, como se percebe na (FIGURA 1). Infelizmente essa é realidade em todos os cantos, esse é um dos males da atualidade.



FIGURA 1 - FOTOGRAFIA CAPTURADA POR BABYCAKES ROMERO
FONTE: CHIADO MAGAZINE

“Uma ida ao parque torna-se numa actualização das notícias online, um cigarro no intervalo do trabalho uma forma de poder consultar o Facebook. Mensagens, telefonemas, redes sociais, um mundo completamente virtual que tomou completamente conta do nosso dia a dia.” (CHIADO MAGAZINE, 2014).

A tecnologia está tão “íntima” na vida das pessoas que ao mesmo tempo em que aproxima pessoas que estão longe geograficamente em tempo real, afasta quem está ao lado, como é demonstrado na (FIGURA 1) e (FIGURA 2).



FIGURA 2 - TECNOLOGIA ACABANDO COM O CONVÍVIO SOCIAL
FONTE: [HTTP://CARLOS-DRINK.SPACEBLOG.COM.BR](http://CARLOS-DRINK.SPACEBLOG.COM.BR)

A tecnologia propicia muitas facilidades e comodidades para os seres humanos, inclusive melhora o “desenvolvimento das redes sociais potencializadas pelas tecnologias móveis como os celulares e internet sem fio (WI-FI)” Henriques, (2009). A mobilidade faz com que a interação das pessoas seja em tempo real, não importa se está no ônibus, no intervalo do trabalho, viajando, enfim “através da mobilidade amplia-se a possibilidade dos indivíduos trocarem informações sobre um determinado fato, ampliando a capacidade das trocas e proporcionando a formação de grupos” (HENRIQUES, 2009).

A tecnologia está tomando conta da vida das pessoas, criando uma dependência exagerada, ao ponto de ficarem loucas se não acessarem o perfil da rede social de minutos em minutos para ver se alguém curtiu a fotografia ou a mensagem postada. Até que ponto a tecnologia influencia as pessoas a se exporem tanto e criar esse vício? Podemos definir essa dependência como uma escravidão da era atual. As pessoas vivem e respiram em prol das redes sociais, se preocupam com a selfie perfeita, com esse intuito procuram tratamentos estéticos e corporais para postarem fotos “perfeitas”, tudo em busca da “perfeição”.

2.4 AS REDES SOCIAIS NA SOCIEDADE ATUAL

Atualmente elas estão tomando conta da vida das pessoas, consumindo grande parte das “horas vagas”, quando não, estão fazendo parte da vida 24 horas por dia. As redes sociais estão se tornando uma espécie de identidade virtual, onde as pessoas configuram suas ferramentas de acordo com seu gosto e estilo.

Redes sociais “são ambientes compostos por pessoas ou organizações conectados por um ou vários tipos de relações que compartilham valores e objetivos comuns” Leite, (2014). Elas podem ser de diferentes níveis tais como, por exemplo, redes de relacionamentos e redes profissionais, que permitem a análise de como desenvolvem suas atividades e como os indivíduos alcançam seus objetivos. Um ponto em comum dos diversos tipos de rede social é o compartilhamento de informações. Por esse motivo, muitas organizações estão monitorando as redes para saber o que estão falando sobre sua marca, afinal, a rede social tem o poder de elevar a marca ou destruir a imagem da organização com os comentários dos

usuários. Para melhor compreender o que vem a ser uma rede social, Aguiar (2007) define:

A expressão “redes sociais na internet” vem sendo utilizada para designar sites que oferecem ferramentas e serviços de comunicação e interação centrados em um padrão egocentrado de relacionamentos. Alguns potenciam redes interpessoais preexistentes através da comunicação mediada por computador. Outros propiciam a produção narcísica de perfis sem vínculos obrigatórios com a realidade e estimulam a competição pelo aumento compulsivo da rede de contatos, incluindo “estranhos”.

Elas estão tão presentes na vida cotidiana que estão sendo utilizado como ferramenta de estudos por empresas para diversos fins, tais como, descobrir preferências, tendências, saber o que estão comentando sobre determinada marca, “para compreensão da nova demanda de consumidores usuários de produtos e serviços tecnológicos de forma virtual” Arruda Filho (2012), entre tantas outras formas de uso e estudo.

Não pode ser ignorado que “o espaço em que as redes sociais se constituem e se proliferam são inerentes à informação e ao conhecimento, uma vez que são eles que movimentam as redes”. (TOMAÉL, ALCARÁ e CHIARA , 2005). A todo instante são produzidos conteúdos por parte dos usuários e as redes são propícias para o compartilhamento e proliferação de informação e conhecimento. No ambiente virtual “as redes sociais que fazem parte das mídias sociais, que é a produção de conteúdos de forma não centralizada, onde não há o controle editorial de grandes grupos. A chamada produção de muitos para muitos” (LEITE, 2014).

A comunicação nas redes sociais é expressa por diferentes formas, tais como por imagens, charges, vídeos, emoticons e até mesmo existe uma linguagem exclusiva para a comunicação nas redes, como, por exemplo: aff - tédio, o famoso “ninguém merece”; fkdik - fica a dica ; ouun - surpresa agradável, “awww”, algo fofo ; rs - “risos”, dar risada ; sqn , “só que não”, entre tantas outras, existem sites que disponibilizam essa “linguagem”. A (FIGURA 3) representa um meme. “Meme é um termo grego que significa imitação. Na internet, o significado de meme refere-se a um fenômeno em que uma pessoa, um vídeo, uma imagem, uma frase, uma ideia, uma música, uma hashtag, um blog etc., alcança muita popularidade entre os usuários” (Significados. Com, 2014), tornando-se outra forma de comunicação entre os indivíduos da rede.



FIGURA 3 - EXEMPLOS DE MEMES CRIADOS NAS REDES SOCIAIS

FONTE: IMAGEM CAPTURADA NA REDE SOCIAL FACEBOOK.

Como na (FIGURA 4), diversas imagens são compartilhadas a todo instante, e milhares de pessoas curtem e recompartilham. Como essa imagem existe centenas de outras espalhadas pelas redes sociais.



FIGURA 4 - EX. DE CHARGE COMPARTILHADA PELO FACEBOOK

FONTE: IMAGEM CAPTURADA NA REDE SOCIAL FACEBOOK.

Uma questão muito importante levantada por uma reportagem feita por Leite mostra o grau de dependência que as redes sociais criam nas pessoas, muitos olham somente o lado positivo da interação, da produção de conhecimento, das amizades criadas e se esquecem “o quanto isso interferiu nas relações interpessoais, aproximando os distantes e afastando os mais próximos” Leite (2014), como retrata bem a (FIGURA 5), como diz o ditado popular, uma imagem vale mais que mil palavras. A família toda reunida no mesmo ambiente, porém distantes um do outro no mundo virtual. É lamentável que essas coisas aconteçam. Com o avanço tecnológico cada membro da família possui seu aparelho tecnológico, e como na imagem só faltam mesmo os animais de estimação ter o seu próprio tablet, porque as crianças desde cedo já ganham o seu aparelho celular Smartphone ou tablet, mesmo antes de começarem a falar e andar e o pior é que na maioria das vezes

sabem mexer melhor que os adultos. Muitos pais não estão preparados para acompanhar a vida dos filhos online, pois, não sabem utilizar os aparelhos.



FIGURA 5 - FAMÍLIA CONECTADA

FONTE: IMAGEM RETIRADA DO BLOGDAFAMILIACATOLICA.BLOGSPOT.COM

Em outra reportagem publicada no site Super Projetos³, eles falam que o Brasil e as redes sociais formam uma dupla de sucesso, “a explicação mais plausível para descrever esse vício do brasileiro no uso destas ferramentas é simples: gostamos de nos expor. Nosso povo tem a necessidade de estar sempre se mostrando, queremos chamar atenção de alguma forma” (webi.com.br, 2014), tanto que os números não mentem, como mostra a (FIGURA 6). Na pesquisa apresentada pelo site Webi.com.br, diz que dos 102 milhões de brasileiros que acessam a internet, 97% deles estão nas redes sociais.



FIGURA 6 - BRASILEIROS QUE ACESSAM REDES SOCIAIS

FONTE: [HTTP://WWW.WEBI.COM.BR/](http://www.webi.com.br/)

³ Super Projetos é um site bem animado que visa atingir empresas que se preocupam com sua marca nos ambientes de redes sociais ofertando serviços de Gestão de redes sociais entre outros serviços.

2.5 A REDE SOCIAL “FACEBOOK”

Uma das redes sociais mais conhecidas e acessadas da atualidade é o Facebook. Criada em fevereiro de 2004 por 4 colegas da Universidade Harvard cujo interesse era apenas comparar a beleza das garotas da universidade, acabou se espalhando e ganhando o mundo. Passada uma década de sua existência, ela ainda ganha milhares de adeptos por ano, estima-se que atualmente haja cerca de 1,23 bilhão de usuários cadastrados na rede.

Com uma plataforma⁴ que possibilita compartilhar informações de jogos, aplicativos e sites que o usuário e seus amigos usam a rede social “permite levar seus amigos com você para que você possa conectar-se com eles fora do Facebook. Dessas duas maneiras, a Plataforma do Facebook ajuda a tornar suas experiências na internet mais personalizadas e sociais”. (POLÍTICA DE USO DE DADOS DO FACEBOOK, 2014).

O Facebook é uma rede social que vem chamando a atenção não somente de organizações que podem criar anúncios, onde o próprio site ajuda a empresa a alcançar todas as pessoas que interessam na rede, precisando apenas acessar o link⁵ e seguir passo-a-passo as etapas. Ele também é muito utilizado por artistas do mundo inteiro que divulgam seu trabalho nas redes sociais e compartilham com seus fãs seu dia-a-dia, seus produtos e agora também por governos⁶ do mundo todo, na busca por informações de usuário sem investigações criminais.

Acredita-se que o ambiente do Facebook está se expandindo a cada ano que passa porque “a inserção em rede é determinante para o compartilhamento da informação e do conhecimento. Isto porque as redes são espaços valorizados para o compartilhamento da informação e para a construção do conhecimento” (TOMAÉL, ALCARÁ e CHIARA, 2005), portanto, empresas e empresários estão de olho no que acontece nesse ambiente para promover seus negócios, vender seus produtos e serviços, divulgar sua marca e tantos outros fins.

⁴ Uma **plataforma computacional** é, no senso mais geral, qualquer que seja o ambiente pré-existente, um pedaço de software que é projetado para ser executado internamente, obedecendo suas limitações e fazendo uso de suas instalações.

⁵ <https://www.facebook.com/business/overview>

⁶ <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/11/pedidos-de-governos-por-dados-de-usuarios-sobe-24-diz-facebook.html>

E esse ambiente não é motivo de exploração somente por parte de organizações, muitos anônimos se inserem nessa rede social para se promover, ganhar popularidade, chegando ao ponto de se expor, na busca de ganhar curtidas:

A sociedade atual vive a era do exibicionismo exacerbado (KEEN, 2012). O indivíduo expõe mais e mais suas ideias, seus pensamentos mais íntimos, suas ações, gostos, sua localização, compartilha sua vida em um espaço aberto e transparente à vista de todos, como se o ambiente digital fosse um “confessionário público de massa global” (KEEN, 2012 apud DIAS; 2012)

Em maio de 2014 o diário Catarinense, publicou no caderno de economia, uma matéria sobre sites que oferecem serviço de venda e troca de curtidas nas redes sociais. Acredita-se que a popularidade esteja tomando conta do ego das pessoas, afinal o que conta no mundo virtual é ser conhecido, ter muitas curtidas. Tomando como base esses fatos, Lumini começou sua publicação da seguinte forma:

Foi-se o tempo em que a popularidade era avaliada pela quantidade de pessoas que se cumprimentavam na rua. Hoje, para muitos, vale mais ser conhecido nas redes sociais, onde a fama pode ser medida em números de seguidores, curtidores e amigos. É tanta gente querendo reconhecimento no mundo virtual que já existem diversos sites que vendem ou simplesmente trocam likes.(LUMINI, 2014)

Nas redes sociais, o fato de curtir é tão sério, que já existem pessoas ganhando dinheiro para aumentar o número de curtidas e seguidores. Um responsável por trabalhar com curtidas afirmou que, dos últimos 87 pedidos em nove dias a maioria era de “empresas que desejam curtidores em suas páginas, mas também de pessoas que almejam fama nas redes sociais. Ele entrega, em média, 10 mil curtidas em cinco dias, todas elas de pessoas reais cadastradas nas redes (...).” Lumini (2014). Percebe-se que o fato de curtir tem muito valor para as redes sociais no geral. Se for buscar no Google, é possível achar diversos sites que trocam e vendem “Likes”.

Uma reportagem feita por Chiado Magazine retrata sobre as fotos de perfil que são usadas no Facebook, que elas “transmitem o que nós queremos que mundo veja e não o que realmente somos”. Chiado Magazine (2014) Segundo a reportagem, o grande erro da maioria das pessoas é formar opinião tendo como base as fotografias, pois, as mesmas estão erradas.

O psicólogo Alexander Todorov da Universidade de Princeton realizou um estudo sobre as dinâmicas de personalidades que advêm das primeiras impressões. “Na sua análise, publicada na revista *Psychological Science*, conseguiu provar que pequenas variações nas fotografias de perfil alteram também a nossa opinião sobre a personalidade de alguém” (CHIADO MAGAZINE, 2014).

Nesse estudo foram avaliados pelos participantes os seguintes critérios: atração, competência, criatividade, confiança ou inteligência, tomando como base fotografias de perfis. “Foi concluído que as impressões que se tem das pessoas variam de acordo com o contexto das imagens e expressões faciais, ou seja, “o humano é um péssimo avaliador de personalidade quando se baseia em fotografias de perfil” Chiado Magazine (2014). Por esse motivo acredita-se que todas as pessoas que possuem um perfil no Facebook, escolhem com muito cuidado a fotografia que vai postar para poder passar a melhor impressão possível. Na (FIGURA 7), temos o exemplo do perfil do Facebook sem fotografia.



FIGURA 7 - PERFIL DO FACEBOOK
FONTE: FACEBOOK

Com o Facebook também é possível criar um “conto de fadas”, inventando coisas para postar, ou até mesmo engrandecer um passeio feito só para deixar os contatos morrendo de inveja. Segundo Farias (2014) em sua reportagem “a artista holandesa Zilla van den Born, 25 anos, levou essas mentirinhas virtuais a um novo patamar em um projeto um tanto quanto, digamos, assustador”. Ela inventou uma viagem de dois meses na Ásia, e postou no seu Facebook, como mostra a (FIGURA 8).



FIGURA 8 - POSTAGEM DE ZILLA VAN DEN BORN EM SEU PERFIL
FONTE: [HTTP://VEJASP.ABRIL.COM.BR/](http://vejasp.abril.com.br/)

“Acontece que Zilla não viajou. Ela usou o Photoshop para criar uma série de postagens falsas que enganou direitinho todo mundo. Enquanto isso, ela tomava cuidado para não ser reconhecida nas ruas enquanto saía para fazer compras” Farias (2014). Exemplo de uma montagem feita por ela exibida na (FIGURA 9). A imagem da esquerda é a foto real tirada em rio perto de sua casa e a da esquerda é a montagem criada para passar a imagem de que estaria em uma bela praia.



FIGURA 9 - MONTAGEM DE ZILLA

FONTE: [HTTP://VEJASP.ABRIL.COM.BR/](http://vejasp.abril.com.br/)

Depois de 42 dias ela postou um vídeo⁷ com os bastidores das postagens no Facebook. “Eu não faria de novo”, disse Zilla, que virou tema de post no BuzzFeed americano. Mas fica a reflexão: será que podemos acreditar em tudo que aparece na nossa Fanpage?(FARIAS, 2014).

Realmente é para se pensar, afinal, as pessoas possuem o poder em suas mãos, publicam o que quiserem a qualquer momento. O perfil pessoal no Facebook pode se transformar num ambiente fantasioso que a pessoa quiser, ali ela é dona do espaço, postando e produzindo as informações que bem entender. Segundo Chiado Magazine (2014), o japonês Keisuke Jinushi utiliza de truques de maquiagem, pinta as próprias unhas e faz autênticas figuras em público. Depois de captar o momento, ele posta na página para receber muitos votos de felicidade da parte dos amigos. O interessante é que os contatos acreditam e curtem como se tudo fosse verdade. Keisuke Jinushi tem um blog, onde ajuda os rapazes solteiros a simularem ter um relacionamento nas redes sociais, a (FIGURA 10) e a (FIGURA 11) são exemplos de imagens do blog.

⁷ O vídeo pode ser visto no link da reportagem:
http://vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2014/09/11/holandesa-usa-facebook-e-photoshop-para-mentir-sobre-viagem-de-ferias/?utm_source=redesabril_vejasp&utm_medium=facebook&utm_campaign=vejasp



FIGURA 10 - IMAGENS SIMULADAS
FONTE: REPRODUÇÃO CHIADO MAGAZINE



FIGURA 11 - BASTIDORES DAS SIMULAÇÕES
FONTE: REPRODUÇÃO CHIADO MAGAZINE

2.6 A NETNOGRAFIA COMO FERRAMENTA DE PESQUISA

A Netnografia é um conjunto de diretrizes metodológicas que possibilitam realizar estudos comportamentais no mundo virtual. Acredita-se que o termo Netnografia tenha sido criado por Kozinets em 1997, e diversos autores o considera o pai da Netnografia. Com o surgimento da Netnografia, surge também uma nova denominação para aqueles que fazem esses estudos no ciberespaço, os chamados netnógrafos, assim como define (NOVELI, 2010):

O netnógrafo levanta, mas se encontra em sua casa, liga o computador, digita o endereço da comunidade virtual no *browser* e já está no campo. Lá, já transcritos e em farta quantidade, estão os discursos dos membros da comunidade. Uma comunidade da *internet*, cujo interesse comum é o consumo de algo. Opiniões, reclamações, dicas, sugestões, palpites. Um conjunto de discursos permeando o mesmo tema. Sujeitos de pesquisa: homens, mulheres e anônimos. Uma coleta de dados de pesquisa pronta e praticamente organizada para a análise do pesquisador.

A pesquisa online visa encontrar respostas para alguma questão levantada sobre qualquer assunto, seja para fins de investigação de comportamento de usuários, seja para coletar informações sobre preferências, tendências, satisfação em relação a produtos adquiridos e afins. A respeito das pesquisas online, (KOZINETTS, 2014, p.27) diz que:

A pesquisa e a teoria sobre comunidades online já têm mais de três décadas de história e envolvem todas as ciências sociais. O espaço social online das comunicações mediadas por computador foi uma vez considerado pobre, frio e igualitário. Mas os reais estudos dos grupos sociais online enfatizaram a diversidade e os atributos culturais autênticos das comunidades online, e demonstraram o valor de uma abordagem observacional participante da internet.

O termo Netnografia, como a própria denominação demonstra, obviamente mantém relação com o método etnográfico, intuitivamente, por tentar estudar grupos ou culturas, no caso da Netnografia, grupos ou culturas online Noveli (2010). Para melhor compreender o que é etnografia, Kozinets, define como:

Etnografias “clássicas”, face a face, de imersão completa, certamente não são fáceis de conduzir. Elas demandam muito tempo e recursos. Por envolverem observação direta dos participantes por parte do pesquisador, elas são inevitavelmente intrusivas. Quando comparamos etnografia em pessoa com grupos de foco face a face e entrevistas pessoais, não há dúvida de que os grupos de foco e entrevistas demandam menos tempo, além de serem mais simples e fáceis de conduzir. (KOZINETTS, 2014, p.58)

Em outras palavras a etnografia, precursora da Netnografia era aplicada em campo, o etnógrafo, convivía com o grupo a ser estudado diariamente, vivendo todas as sensações e emoções, vendo as atitudes e comportamento das pessoas com base na observação. Já para Netnografia Kozinets afirma que:

Uma das vantagens na Netnografia é o fato de que ela, como a etnografia com a qual ela está tão intimamente relacionada, é uma técnica naturalista. Em muitos casos, a Netnografia usa as informações publicamente disponíveis em fóruns eletrônicos. Contudo, existem diferenças que podem

levar a algumas eficiências úteis. Em termos de tempo gasto fazendo escolhas sobre campos de estudo, organizando apresentações pessoais, indo e voltando de locais, transcrevendo dados de entrevistas e notas de campo escritas a mão, e assim por diante, a Netnografia demanda muito menos tempo e recursos. (Kozinets, 2014, p.58)

Já o netnógrafo trabalha no ambiente virtual, coletando e armazenando os dados produzidos pelos usuários, também se utilizando do método da observação, porém, como não se pode ver a reação da pessoa ao escrever, este, precisa interpretar o que os usuários querem dizer. Em relação a diferença existente entre a comunicação escrita e a oral, Segundo (DHOLAKIAE ZHANG, 2004, p. 3 apud NOVELI, 2010):

Na comunicação escrita as pessoas são capazes de selecionar cuidadosamente o que querem falar, quanto querem falar e como querem falar, sem serem interrompidas antes de terminar seu argumento. Elas são mais articuladas e trabalham duro para escrever o que elas querem dizer. Por outro lado, a CMC⁸ é mais informal do que os textos normais. E é caracterizada como uma “fala escrita” – um texto baseado na comunicação a meio caminho entre a comunicação escrita e a fala.

Para trabalhar com a Netnografia, não podem ser deixadas de lado as questões éticas associadas à realização Netnografia. Kozinets (2014) mostra algumas diretrizes que podem ajudar o netnógrafo no seu trabalho:

Os quatro conjuntos de diretrizes são os seguintes: primeiro você deve se identificar e informar com precisão os constituintes relevantes sobre sua pesquisa. Depois você deve solicitar as autorizações apropriadas. Consentimento apropriado deve ser obtido. Por fim, você deve citar corretamente e dar o devido crédito aos membros da cultura. (KOZINETTS, 2014, p. 137).

Sobre a coleta de dados na Netnografia, “coletar os dados em Netnografia não é uma tarefa fácil” e Kozinets alerta em seu livro⁹, e deixa claro que:

Os termos dados e coleta usados em relação à Netnografia na verdade são lastimáveis e não muito úteis. Eles parecem implicar que essas coisas, “dados”, estão espalhados, como folhas no chão ou documentados sobre uma mesa, e que sua tarefa é simplesmente juntá-los e “coletá-los”. Isso é, evidentemente, muito tentador em Netnografia. Mas agir assim seria uma análise de “conteúdo” online em vez de um trabalho de campo netnográfico observacional participante “em” uma comunidade eletrônica. (KOZINETTS, p. 92-93, 2014)

⁸ Comunicação Mediada por Computador.

⁹ Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online

Ainda sobre a coleta de dados, (KOZINETTS, p. 93, 2014) afirma que:

A coleta de dados em Netnografia significa comunicar-se com membros de uma cultura ou comunidade. Essa comunicação pode assumir muitas formas. Mas, qualquer forma que ela assuma implica envolvimento, engajamento, contato, interação, comunhão, relação, colaboração e conexão com membros da comunidade – não com um website da rede, servidor ou teclado, mas com as pessoas no outro extremo.

Kozinets ainda afirma que, a coleta de dados não acontece isoladamente da análise dos dados, pois elas são entrelaçadas. Que cabe ao netnógrafo se esforçar para compreender as pessoas representadas nas interações. Quanto ao papel do netnógrafo, Kozinets (2014) afirma que “Um netnógrafo provavelmente não vai querer liderar a comunidade, mas ele também não deve ser invisível”. Isso porque dependendo de como ele conduza as interações, possa induzir as pessoas a responderem o que ele quer ouvir. Ainda sobre a coleta de dados ele fala sobre as três formas de captura de dados:

Primeira: Dados arquivais, que o pesquisador vai copiando dos membros, geralmente ele não está diretamente envolvido na criação ou estimulação, ou seja, copia dados que os participantes criaram sem a intervenção do pesquisador.

Segunda: Dados extraídos, que o pesquisador cria em conjunção com os membros, que consistem em respostas dos membros a perguntas e postagens feitas pelo pesquisador, podendo ser considerados também mensagem via chat, e-mail e afins.

Terceira: Dados de notas de campo, que são as anotações que o pesquisador faz sobre suas próprias observações da interação da comunidade, ou grupo estudado.

Organização e cuidado são as palavras-chave na hora de trabalhar com a coleta dos dados, como diz Kozinets (2014, p. 102) “Quanto melhor você conseguir organizar os dados enquanto os coleta, mais metódico e sistemático sobre a coleta de dados você pode se tornar, e melhor netnógrafo você será.” Sobre a análise de dados, Kozinets, afirma que:

Análise significa o exame detalhado de um todo, decompondo-o em suas partes constituintes e comparando-as de diversas formas de modo geral, a análise de dados abrange todo o processo de transformar os produtos coletados da participação e da observação netnográfica – os diversos arquivos de texto e gráficos baixados, as capturas de tela, as transcrições

de entrevistas online, as notas de campo reflexivas – em uma representação acabada da pesquisa, seja ela um artigo, uma apresentação ou um relatório. (KOZINETTS, 2014, p. 114)

Para simplificar e melhor compreender como se aplica a metodologia denominada Netnografia, Kozinets desenvolveu um fluxograma simplificado de um projeto de pesquisa netnográfica, como bem ilustra a (FIGURA 12).

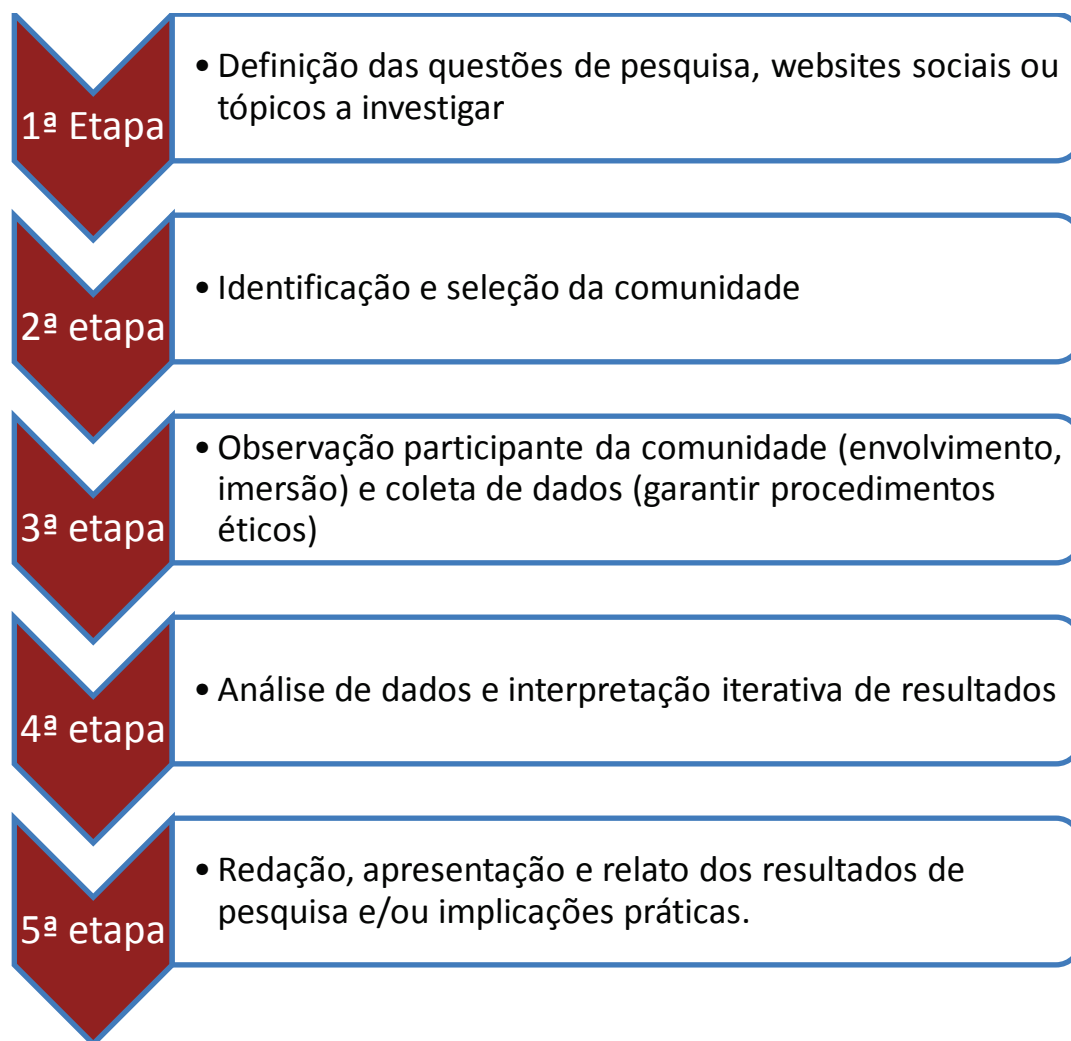


FIGURA 12 - FLUXOGRAMA DE PESQUISA NETNOGRÁFICA
 FONTE: (KOZINETTS, 2014, PÁG.63)

Seguindo as etapas e as diretrizes da metodologia Netnografia propostas pelo livro do Kozinets (2014), espera-se que seja possível alcançar os objetivos propostos pelo presente trabalho.

2.7 AS REDES SOCIAIS COMO UMA NOVA FORMA DESOCIABILIDADE

Que as redes sociais estão cada vez mais fazendo a cabeça das pessoas ao redor do mundo não é novidade alguma. O que temos que compreender é o que vem ser essa sociabilidade, principalmente na era digital em que as redes sociais estão se tornando cada vez mais presentes no cotidiano de seus usuários. De acordo com o Dicionário do Aurélio (2015) a palavra Sociabilidade trouxe as seguintes respostas: “Qualidade do que é sociável”, “Modos de quem vive em sociedade” e “Tendência para viver em sociedade”. A rede social Facebook se enquadra perfeitamente nestas definições, comprovando que as TI vieram para acompanhar a evolução humana contribuindo para que a comunicação seja cada vez mais acessível e instantânea.

Outra definição que ilustra perfeitamente é a de Baechler (1995: p. 57 apud MARCELO, 2001: p. 39), que diz que o conceito de sociabilidade pode ser definido como a “capacidade de estabelecer redes através das quais as unidades de atividades, individuais ou coletivas fazem circular as informações que exprimem os seus interesses, gostos, paixões e opiniões”. Com o Facebook é possível ter essa interação de construir redes de amizades para compartilhar suas atividades cotidianas com a praticidade de fazê-lo instantaneamente para um grupo de amigos específico.

As redes sociais, o Facebook em particular é uma alternativa que as pessoas encontraram de estar em contato com seus amigos e parentes distantes. Ele permite que as pessoas postem seus pensamentos e sentimentos com os mais variados tipos de recursos audiovisuais, podendo ser desde um texto puro, até uma mensagem gravada em formato de vídeo. Com uma interface simples o Facebook está conquistando milhares de seguidores a mais de 10 anos, afinal, sua estrutura foi criada para que as pessoas pudessem se relacionar com seus entes queridos quebrando a barreira das dimensões geográficas, fazendo com que os laços afetivos sejam fortalecidos mesmo que por meios eletrônicos.

O interessante é que não importa qual seja o meio utilizado, as pessoas sempre estão em busca de viver em comunidade, de se relacionar, de estar em contato com outras pessoas seja para fins afetivos de amizade ou relacionamento amoroso e o Facebook contribui para essa sociabilidade.

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICOS

Esse capítulo apresenta os passos necessários à formalização da pesquisa, explicitando a classificação metodológica, o desenvolvimento do instrumento de coleta de dados, a identificação das fontes de dados e os procedimentos de análise dos dados.

3.1 CLASSIFICAÇÃO

Esse trabalho caracteriza-se por sua abordagem qualitativa, o qual tem embasamento no método netnográfico que consiste em tentar compreender a totalidade do fenômeno mais do que focalizar conceitos específicos. Possui poucas ideias preconcebidas e salienta a importância das interpretações dos eventos mais do que a interpretação do pesquisador. Coleta dados sem instrumentos formais estruturados, não tenta controlar o contexto da pesquisa, e, sim, captar o contexto na totalidade, enfatiza o subjetivo como meio de compreender e interpretar as experiências e analisa as informações narradas de uma forma organizada, mas intuitiva.

3.2 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

O instrumento para coleta de dados utilizada para esse trabalho foi a rede social Facebook. Para tanto foi necessário criar uma conta *fake*¹⁰, com nome de usuário Thathy Hartmann, onde tem por objetivo observar a interação dos indivíduos que fazem parte dos amigos adicionados por esse perfil. Por sua finalidade acadêmica, o mesmo permanecerá no ar até a entrega do trabalho de conclusão do curso que está prevista para junho de 2015, após isso, será desativada a conta. A

¹⁰ Perfil falso

(FIGURA 13) mostra a tela do perfil criado para ser utilizado no período de coleta de dados.



FIGURA13 - PERFIL CRIADO NO FACEBOOK
FONTE: A AUTORA (2014)

3.3 POPULAÇÃO, AMOSTRA

Para o estudo netnográfico, o universo estudado foi a rede social “Facebook”, para que a pesquisa fosse possível ser realizada, foi necessário adicionar mais de 300 amigos, para que destes pudesse ser retirada uma amostra de pelo menos 20 perfis para análise e seleção dos que mais se destacam por compartilharem os acontecimentos diários, ou demonstrarem uma excessiva exposição. Com esse perfil foi possível interagir com os membros a fim de compreender como a tecnologia influencia na exposição no Facebook.

Primeiramente para adicionar amigos no perfil, foi feita uma pesquisa por diversos temas como, por exemplo: populares do Facebook, selfie, vício Facebook, cibercultura, amizade sincera, entre outras. Conforme os temas eram jogados na busca, diversos grupos eram mostrados como sugestão, a partir disso foi feito um levantamento dos mesmos para serem estudados, sempre analisando a quantidade de membros que cada grupo possuía para que o convite de ingresso ao mesmo fosse enviado. Após o período de pesquisa e espera pela aceitação nos grupos, os

que foram escolhidos para serem enviados os convites dos primeiros amigos foram os seguintes: Trintões quarentões e cinqüentões idade abençoada (com mais de 29.000 membros), Amizade Sincera (com mais de 37.000 membros), Os Populares Do Facebook (com mais de 15.000 membros) entre outras. Ao acessar o conteúdo dos grupos, foi feito o convite de amizade para os membros que se destacavam pelas publicações, pelas postagens de fotografias, comentários e interação com os demais membros. Primeiro foram enviados cerca de 19 (dezenove) convites, com a aceitação dos mesmos, foram enviados convites para os amigos destes contatos, 1 (um) mês após, ao acessar a conta novamente haviam mais de 100 (cem) pedidos de amizade, e assim foi até ultrapassar os 300 (trezentos) “amigos”.

Para a seleção dos 20 (vinte) perfis foi adotada a seguinte regra: 10 (dez) perfis masculinos e 10 (dez) femininos, onde foram selecionadas pessoas com idades entre 16 (dezesesseis) a 52 (cinquenta e dois) anos. Para os 10 (dez) perfis escolhidos 5 (cinco) deles deveriam ter menos de 29 (vinte e nove) anos e 5 (cinco) acima dos 30 (trinta) para ambos os sexos.

Para a pesquisa a coleta de dados utilizada foi a de Dados extraídos, citada por Kozinets (2014, p.95) onde o pesquisador cria em conjunção com os membros por meio de interação pessoal e comunal. Essa coleta de dados foi realizada via bate-papo no formato de entrevista informal com os usuários selecionados. As perguntas foram feitas de acordo com os objetivos específicos descritos no trabalho, cujo roteiro encontra-se no apêndice A.

3.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE

Para a análise dos dados foi utilizado a interpretação hermenêutica citada por Kozinets (2014, pág. 115) em seu livro, por ser a mais indicada para um conjunto de dados pequenos. Além de serem aplicadas com base nos dez (10) critérios citados por Kozinets (2014, p. 152) que sugere que os dados sejam avaliados usando a coerência, ou seja, a interpretação é livre de contradições e apresente um padrão unificado, que o rigor do texto seja seguido pelas normas procedimentais de investigação netnográfica, que o conhecimento do texto seja conhecedor da literatura e das abordagens relevantes, que o ancoramento da apresentação teórica

seja respaldada por dados e as ligações entre os dados e a teoria sejam claras e convincentes, que seja usada inovação, onde, se use maneiras novas e criativas de compreensão dos sistemas, estruturas ou ações, que seja usada a ressonância que é uma conexão personalizada e sensibilizadora com o fenômeno cultural é adquirida. Que seja usado o senso de verossimilhança crível e realista de contato cultural e comunitário alcançado. Que o texto tenha reflexividade, onde o texto reconhece o papel do pesquisador e está aberto a interpretações alternativas. Que o texto inspire e fortaleça a ação social e que exista uma mistura onde a representação leva em conta a interligação dos vários modos de interação social – online e off-line – nas experiências diárias vividas do membro da cultura, bem como em sua própria representação.

4 ANÁLISE DOS DADOS OBTIDOS

Esta seção aborda a análise dos dados, que foram aplicados seguindo os 10 (dez) critérios da Metodologia Netnografia apresentada por Robert V. Kozinets.

4.1 ANÁLISE DOS DADOS

Para ilustrar e melhor compreender qual é o impacto causado pela TI (Tecnologia da Informação) e como as pessoas estão gerenciando a notoriedade em processo de sociabilidade na rede social Facebook, foram selecionadas 20 entrevistas informais com pessoas escolhidas aleatoriamente que fazem parte do rol de amigos do perfil fictício, criado específico para pesquisa denominada de Thathy Hartmann. As pessoas selecionadas para serem amigos do perfil mencionado, foram escolhidas primeiramente em grupos tais como: “ populares do Facebook”, “selfie”, “vício Facebook”, “cibercultura”, “amizade sincera”, entre outras e após as pessoas aceitarem os convites, foi feito pedido para os amigos dessas pessoas e consequentemente surgiram diversos pedidos de amigos dos amigos, resultando assim em mais de 300 amigos adicionados. Das 20 entrevistas foram escolhidas pelo menos 6 (seis) respostas de perfis que responderam com coerência e adequado a todas as questões propostas. Cada participante será identificado apenas pela palavra “perfil” e a numeração sequencial de 1 a 20 conforme a ordem com que foram realizadas as entrevistas.

O perfil fictício foi criado em agosto de 2014, tendo como princípio a preparação do ambiente, ou seja, enviar os convites para os usuários para então iniciar as primeiras entrevistas entre outubro de 2014 se estendendo a abril de 2015. A (TABELA 1) mostra os temas mais citados sobre a primeira questão que tinha por intuito saber que tipo de informação as pessoas procuram acessar em seu tempo livre, onde, a maioria afirma que procura informações sobre amizade, moda, saúde, beleza, sociabilidade, trechos de músicas para postar como legenda em suas fotos, grupos de assuntos de seu interesse, curtir páginas que contenham poesias e

mensagens bonitas para compartilhar. Enquanto para outros é uma forma de conhecer novas pessoas e passar o tempo.

É interessante compreender como as pessoas procuram utilizar a tecnologia da informação no seu dia-a-dia, como as relações interpessoais estão sendo valorizadas cada vez mais no ambiente virtual. Acredita-se que com o auxílio da tecnologia da informação os usuários estejam compartilhando uma gama extraordinária de informações, essas que são alimentadas diariamente por seus membros voluntariamente e muitas vezes involuntariamente, justamente pela facilidade de estar com um smartphone na mão e acabar postando ou fazendo comentários por impulso, no calor das emoções. E assim pode-se gerenciar e compreender o uso da informação de nossos dias.

TABELA 1 - QUE INFORMAÇÃO É PROCURADA NO FACEBOOK.

Que tipo de informação você procura acessar em seu tempo livre na rede social Facebook?
Vídeos, imagens de motivação e religiosas, mensagens e bate-papo.
Saber tudo da vida de algum menino, saber o que faz com quem fala etc.
Gosto de musica. Encontrar membros da minha família e para fechar compras.
Procuro por vídeos de rap romântico porque gosto de compor.
Procuro conhecer pessoas novas, interagir com os amigos e garotas desconhecidas.
Passar tempo e fazer amizade.

Fonte: A Autora (2015).

Os motivos que levam as pessoas a acessarem a rede social Facebook são os mais diversos. Cada pessoa é motivada por interesses pessoais, como por exemplo, o Perfil 1 (2015) diz que acessa para ver “vídeos- imagens de motivação e religiosas- mensagens- e bate-papo”, comprovando os interesses de sociabilidade. Muitos gostam de expressar seus sentimentos através de postagens audiovisuais que de alguma forma traduzem seu estado emocional, podendo ter em seu conteúdo mensagens positivas, de otimismo e até mesmo um vídeo clipe com alguma música que tenha um significado importante em sua vida. Outros preferem postar imagens de motivação que possam transmitir mensagens que sirvam de conforto a algum amigo, ou mesmo, para si próprio. Outra forma de encontrar conforto é pela

exposição da religiosidade, com frases, imagens e letras de hinos que elevam a auto-estima.

Outras pessoas são levadas pela curiosidade em saber como anda a vida de uma determinada pessoa, ou então, quando sente um interesse sentimental por alguém, parafraseando os autores Saraiva e Cabral (2001), onde afirmam que é da natureza humana a curiosidade e que essa forma de comunicação é explorada principalmente pelas pessoas que buscam a interação que promete alguma satisfação emocional e, portanto, individual, e isso foi muito bem expressado pelo Perfil 7 :

“Procuro saber tudo da vida de algum menino quando me intereso por ele. Quando qualquer pessoa está interessada em outra ela busca saber da vida dela, saber o que ela gosta de fazer, escutar, ver, enfim... E como o Facebook é uma rede que muitos colocam esse tipo de informação então essas pessoas optam por isso para saber o que fazem, com quem falam etc e eu uso pra isso”. (Perfil 7, 2015)

Existem aquelas pessoas que seu objetivo principal não é somente fazer novas amizades, mas sim para se manter atualizado com as novidades, aproveitar para fazer compras em grupos onde é possível encontrar objetos usados em excelente estado de conservação com preços atraentes. Também é possível trocar informações sobre música, buscando inspiração para compor, além de estar aprendendo coisas novas do mundo musical, obtendo dicas e macetes que possam agregar mais conhecimento para quem quer seguir o caminho da música. Como pode ser visto com a opinião do perfil 11:

“na verdade aki tem muita informação/ eu mesmo gosto de musica/aki tem muita informação nessa área/ a area do jornalismo tambem tem muita coisa/ curto muitas paginas de jornais local/ achei muitos menbros da minha familia que nao conhecia aki/ ja fechei compras também/ aki onde moro tem um grupo de compras e vendas que chama Teixeira vendas muito interessante” (Perfil 11, 2015)

Entre as mais variadas personalidades existentes, encontramos aqueles que afirmam utilizar a ferramenta para alimentar as habilidades artísticas, como confirma o Perfil 12 (2015): “Procuro Por Videos DE Rap Romântico Por Q Gosto De Compor Quero Fikar Sempre Por Dentro Disso. Embora goste de compor e goste do ritmo musical rap, o mesmo afirmou que jamais chegou a postar alguma composição sua na rede. Existem ainda aqueles que se conectam no Facebook com a finalidade de

conhecer novas pessoas, paquerar, ter novas amizades e comunicar-se com os amigos, talvez esse seja o motivo mais utilizado pela grande maioria dos usuários entrevistados e o Perfil 15 (2015) afirma: “procuro conhecer pessoas novas, interagir com os amigos e garotas desconhecidas”. Além de pessoas que assim como o Perfil 20 (2015), procuram “Apenas passar tempo e fazer amizade”.

Independentemente de qual seja a informação que a pessoa procura na rede social Facebook, no fundo o que prevalece é a comunicação, a maioria dos respondentes confirma que o intuito de estar na rede é para estar em contato com amigos e familiares e também conhecer outras pessoas. Não há como negar que a comunicação é essencial para o convívio em sociedade e que as tecnologias da informação contribuem para que a interação entre as pessoas possua mais agilidade e rapidez.

A (FIGURA 14), foi gerada no programa Tagcrowd¹¹, site que gera nuvem de palavras. Através da nuvem de palavras percebemos que a maioria dos entrevistados utilizou a palavra “amizades” como palavra-chave que define que tipo de informação buscam na rede social Facebook. As palavras “amizades”, “fotos”, “grupos”, “pessoas” “amigos”, “informações”, “compartilhar”, “conhecer”, “curtir”, “mensagens”, “música”, “compras”, “tempo”, “vídeos” também aparecem com intensidade, deixando a entender que a afetividade ainda é um dos principais pontos de busca na rede. O ser humano necessita demonstrar seus sentimentos e emoções, não importa de que maneira, ele precisa suprir suas necessidades e com isso acaba procurando formas de criar laços afetivos com outras pessoas que possuam características parecidas, e o Facebook é um canal que pode propiciar que isso aconteça em questão de segundos.

¹¹<http://www.tagcrowd.com/>: tem por finalidade criar nuvens de palavras, as quais são usadas para demonstrar de uma maneira mais visual a ocorrência de palavras em um texto, onde, quanto mais vezes uma determinada palavra aparece, mais ela se destaca aparecendo com letra maior



FIGURA 14—DIVERSIDADE DE TEMAS.

Fonte: A Autora (2015)

A (TABELA 2) mostra as respostas da segunda questão que questionou sobre que tipo de informação a pessoa pretende passar para seus contatos da rede social através das postagens pessoais diárias. Existem pessoas que preferem exaltar somente os momentos de felicidade, ocultando os momentos infelizes, salvo quando infelizmente se está de luto pela perda de um ente querido. Nesse caso, as pessoas deixam transparecer através de seus perfis o quão tristes estão não somente pelas declarações que prestam, mas também pela parte visual trocando suas fotografias por imagens que representem luto. Também em determinados momentos propositalmente postam algo que demonstre que esteja triste para chamar a atenção dos contatos e suprir algum tipo de carência garantindo palavras de conforto, curtidas, enfim receber de alguma forma a atenção das pessoas. Em geral também existem aqueles que gostam de expor sua vida pessoal postando tudo o que faz a todo instante.

TABELA 2- QUAL INFORMAÇÃO PRETENDE PASSAR.

Que informação você pretende passar para seus contatos na rede social “Facebook” com suas postagens (mensagens, fotos, vídeos, etc)?
Transmitir o que está sentindo, fazer com que as pessoas se sintam melhor com mensagens de motivação.
Que é uma pessoa feliz. Postar fotos. Gosta de receber elogios.
Gosto de mostrar fotos. Participo e cuido de um grupo que tem por finalidade mostrar a sensualidade das mulheres maduras.
Posto tudo sobre mim, posto fotos com as amigas, primas, das viagens que faz.
Gosto de mostrar que estou em boa forma publicando fotos diariamente.
Gosto de mostrar que sou cristão através das postagens.
Coisas engraçadas, coisas do cotidiano e assuntos relevantes.
Gosto de mostrar mais os momentos felizes.

Fonte: A Autora (2015)

Com as respostas obtidas é possível avaliar que as pessoas preferem postar assuntos que reflitam seu sentimento naquele instante da postagem, como é bem definido pelo Perfil 1 (2015): “tento transmitir o que estou sentindo, e fazer com que as pessoas se sintam melhor com mensagens de motivação”.

Algumas pessoas utilizam a rede social para autopromoção, procurando receber elogios, curtidas, cantadas, e uma das respostas que vai de encontro com essa informação foi a do Perfil 4 (2015) onde diz : “que sou uma pessoa feliz, gosto de postar fotos de todas as zoações com os amigos, festinhas, fotos na piscina, fotos de biquíni, eu gosto que me elogiem”. Ainda existem aquelas pessoas que fazem questão que todos saibam tudo o que está fazendo, desde um passeio até viagens e gostam de ostentar a vida que levam e isso foi bem expressado na opinião do perfil 7:

“Eu procuro postar tudo sobre mim, posto fotos com minhas amigas, primas, das viagens que faço, pra onde vou, com que estou, amo tirar fotos e meu perfil é aberto para o público geral na maioria das vezes. Eu gosto que todos saibam o q to fazeno”.(Perfil 7, 2015)

Durante as entrevistas foi possível identificar a opinião de pessoas mais maduras que procuram mostrar aos seus contatos que estão em plena atividade e que podem se sentir sensuais como afirma o perfil 6 :

“Assim com eu gosto de sensualizar, de mostrar minhas fotos então eu participo e cuido de um grupo que tem por finalidade mostrar a

sensualidade das mulheres maduras e dos homens maduros sem preconceito(...)"(Perfil 6, 2015)

Essa é uma forma de exibicionismo, onde a pessoa posta com interesse explícito de curtidas e reconhecimento. É possível identificar uma pessoa que não tem medo de admitir que possua sua conta na rede social para se promover, postar fotos para ser admirada por seus seguidores como definiu o Perfil 9 (2015) "Gosto de mostrar que estou em boa forma e mostro isso nas fotos que publico, gosto muito do retorno que tenho dos meu admiradores quando postam seus comentários." Nesse caso a pessoa se sente popular, garantindo ter admiradores que gostam do que ela publica e deixam seus comentários em cada fotografia postada, esse é o que acontece com diversos outros brasileiros em toda a rede. As pessoas estão buscando sair do anonimato, querendo obter seus 15 minutos de fama chamando a atenção primeiramente dos seus contatos da página pessoal, após isso publicam suas fotografias em grupos para serem conhecidos por um número maior de pessoas. No caso os perfis que ultrapassem os cinco mil (5000) amigos eles pedem para que as pessoas passem a seguir seu perfil, pois dessa forma não deixam de ver suas publicações e com isso garantem mais comentários e os tão desejados "likes".

Há aqueles que querem mostrar seu lado religioso, com postagens que evangelizam como é o caso do Perfil 11 (2015): "SOU CRISTÃO ENTÃO EU POSTO MUITA COISA RELACIONADA AO EVANGELHO QUERO PASSAR PRAS PESSOAS QUE CRISTO É A SOLUÇÃO DA MAIORIA DOS NOSSOS PROBLEMAS". O Perfil 15 (2015) garantiu que gosta de postar "Coisas engraçadas , coisas do meu cotidiano e alguns assuntos relevantes" e o Perfil 20 (2015) concluiu que "Muitas vezes passamos por momentos ruins mais gosto de mostra mais os momento q estou feliz". Cada um tem sua forma de se comunicar com o mundo e isso é interessante porque podemos aprender muito uns com os outros, é interessante observar como as pessoas são criativas e divertidas diante dos problemas que enfrentam a sociedade. Mesmo com inúmeros problemas na vida pessoal ainda encontram alguma forma de passar algum sentimento bom para os demais que acompanham seu perfil na rede.

Diante das respostas, acredita-se que as tecnologias da informação são ferramentas essenciais para que as pessoas postem seus pensamentos, suas

emoções, seus problemas, sua indiretas, etc., além de auxiliar na aproximação dos laços afetivos.

Na (FIGURA 15), na nuvem de palavras pode-se notar que as pessoas gostam muito de postar fotos, mensagens, gostam de mostrar seu momento feliz, querem passar a melhor impressão possível para as pessoas do seu convívio virtual. Quando questionados sobre o que poderia ser essas “coisas boas”, alguns contatos revelaram que se tratava de momentos bons, de felicidade, outros afirmavam que seriam mensagens positivas, de amor, de paz. Resumindo seria toda forma de demonstrar para as pessoas os sentimentos bons que cada um tem em seu interior e que possa de alguma forma compartilhar com os demais para de alguma forma ajudar aqueles que precisam de uma palavra amiga em algum momento de sua vida. Mesmo que isso seja transmitido através de uma simples postagem em seu perfil.



FIGURA 15 - INFORMAÇÕES QUE PRETENDE REPASSAR.

Fonte: A Autora (2015)

A terceira questão proposta que é sobre o motivo que levou a pessoa a criar o perfil na rede social Facebook. Embora todos tenham criado a conta para fins de comunicação, cada um expressou com palavras diferentes: comunicação, manter contato e conhecer mais pessoas, arrumar amigos, conversar com os amigos,

parentes distantes e assim por diante. Cada pessoa é impulsionada por algum motivo a criar uma conta na rede social, e esses motivos serão apresentados com as respostas coletadas e apresentadas na (TABELA 3).

TABELA 3 - MOTIVO DA CRIAÇÃO DO PERFIL.

Qual é o motivo que levou você a criar um perfil na rede social "Facebook"?
Facilidade de comunicação e comunicação com as pessoas no trabalho.
Manter contato com todos parentes e amigos distantes. Postar fotos para amigos.
Entrar em contato com pessoas que curtem as mesmas coisas que eu.
Porque era novidade (em 2007 quando fez a conta) e não tinha muitas crianças.
Por conta da migração de quase todos os contatos para essa rede social.
Conhecer mulheres, trocar experiências.

Fonte: A Autora (2015)

A rede social não é utilizada somente para fins de entretenimento como vemos na opinião do Perfil 1 (2015): "Devido à facilidade de comunicação e para a comunicação com as pessoas no meu trabalho", outros admitem que foram levados pela curiosidade de conhecer a nova plataforma de comunicação que era recém lançada no Brasil:

"FIZ MEU PERFIL NO ANO DE 2007 NO FB GOSTAVA DO FB PORQ ERA UMA NOVIDADE E NÃO TINHA TENTAS CRIANÇAS E ADOLECENTES COMO NO ORKUT / E PRA VC TER UM PERFIL VC TINHA QUE PROVAR QUE TINHA MAIORIDADE / GOSTAVA DISSO" (PERFIL 11, 2015)

O Facebook foi lançado em fevereiro de 2004, mas ganhou o gosto dos brasileiros a partir de 2007, chegando a desbancar seu concorrente Orkut que teve seu fim em 2014, isso fez com que muitos migrassem para o Facebook e para não perder o contato com os amigos a alternativa foi migrar para a nova sensação como afirma o Perfil 15 (2015): "o motivo maior foi a migração de quase todos os meus contatos para essa rede social fazendo com que eu também migrasse para a mesma." Para não ficar sozinho em uma rede que perdeu a força, a maioria das pessoas optou por criar um perfil e não perder seus contatos de vista.

Assim como o Perfil 3 (2015), o mais comum entre as opiniões foi afirmar que o motivo maior para criar o perfil foi " Para manter contato com todos os meus

parentes e amigos distantes. Postar fotos pra eles verem e também gosto muito de olhar o que eles postam e comentar.” Assim como também afirma o Perfil 6 (2015) “Para entrar em contato com pessoas que curtem as mesmas coisas que eu e para mostrar que qualquer mulher pode ser sensual e poderosa em qualquer idade”. Nota-se que com o sucesso do Facebook as pessoas estão se preocupando cada vez mais com sua aparência física, esquecendo muitas vezes de se preocuparem com os erros de ortografia em suas postagens. Como se um corpo sarado e um rosto bonito valessem mais que a comunicação escrita.

Um fato interessante em meio a tantas opiniões foi encontrar alguém que admitisse estar buscando casos extraconjugais assim como o Perfil 16 (2015) relatou: “Para conhecer mulheres trocar experiências. Sou casado. Prefiro dizer a verdade sempre. Não gosto de esconder isso. Mesmo que eu corra o risco de ser excluído. Mas prefiro assim do que enganar.” De fato a rede é utilizada por pessoas para os mais variados motivos, é sabido que isso acontece e muito no mundo virtual, talvez cada vez mais comum do que imaginamos que possa acontecer.

Acredita-se que as pessoas procuram criar um perfil na rede social não somente para estar em contato com seus amigos e parentes, mas também para autopromoção, procurando se preocupar em postar a selfie perfeita, independente de onde esteja, seja na academia, no parque, em casa, no bar, no restaurante, enfim, qualquer momento é o momento de postar o que está fazendo, e nisso as tecnologias da informação entram em cena fazendo a alegria de quem posta e dos curiosos de plantão.

Na (FIGURA 16) nota-se que as pessoas afirmaram ter criado a conta para ter “amigos”, “conhecer pessoas”, “parentes”, “para comunicação”, “contato”. A ideia de criar o perfil é muito pessoal e cada pessoa é levada por um motivo seja para conseguir mais amigos, conhecer pessoas diferentes, reencontrar parentes, interagir, para manter contato com pessoas que possuam o mesmo interesse e assim estar se comunicando para trocar ideias e experiências.



FIGURA 16 - MOTIVO DA CRIAÇÃO DO PERFIL

Fonte: A Autora (2015)

A quarta questão quer compreender porque as pessoas se expõem tanto na rede social Facebook, o porquê da busca pela popularidade, do status. É comum você perceber que no seu grupo de amigos da rede social sempre tem aquela pessoa que gosta de se destacar seja através de suas postagens, comentários, fotos etc., enfim aquela pessoa que não gosta de passar despercebido onde quer que esteja. As tecnologias da informação têm papel fundamental na vida dessas pessoas que não conseguem viver sem o celular na mão mesmo sabendo que não existe atualização nenhuma, ela necessita abrir a rede social de minutos em minutos para ver se mais pessoas curtiram sua publicação, se ela foi marcada por alguém, se mais alguém comentou sua foto etc.. Em alguns casos, as pessoas recorrem a artifícios que ajudem a ganhar mais “likes”, ultimamente na internet é possível achar sites que vendem curtidas e outros que fazem trocas de curtidas. Para aqueles paranoicos que não gostam de ter poucas curtidas esses recursos são muito bem vindos, afinal, não ter curtida nenhuma em suas postagens pode se tornar muito constrangedor. Para melhor compreender o porquê de tanta exposição, a (TABELA 4), expõe a opinião dos entrevistados.

TABELA 4 - PORQUE TANTA EXPOSIÇÃO

Em sua opinião, porque as pessoas se expõem tanto na rede social Facebook, o porquê da busca pela popularidade, do “status”?
E em busca de mais curtidas, para chamar a atenção de meninos ou meninas.
Porque o Facebook tem esse propósito, de postar os acontecimentos, de mostrar para o mundo que está sentindo, fazendo, pensando.
Para se sentirem importante naquele meio social. Chamar atenção por aquilo que não são ou que sonham em ser.
Por conta de status.
Querem reconhecimento em qualquer área da vida. Querem um pouco de fama e glamour.
É uma forma de ser notada, aprovada pela sociedade sem sair de casa.
As pessoas gostam de se exhibir para se sentirem amadas.

Fonte: A Autora (2015)

Essa é uma questão que tem muita importância na vida de muitos brasileiros, principalmente quando o assunto trata-se de redes sociais, independente de qual seja. A preocupação é tanta com relação a esse assunto que existem sites publicando dicas de como ser popular na internet, conforme aponta Alves (2013):

Em primeiro lugar, você deve ser bem sociável, ter vários contatos (claro que não precisa sair adicionando qualquer um na sua conta pessoal). No Facebook, ser bem humorada também ajuda muito, afinal quem vai querer curtir o status de alguém que tá sempre reclamando da vida? Poste coisas agradáveis, frases de otimismo e poesias (...) Já no Instagram, poste fotos interessantes, em locais diferentes e que chamem a atenção. Por fim, seja você mesma e conquiste a galera! (SORAIA ALVES, 2013)

As dicas postadas por Alves (2013) estão postadas em um site cujos assuntos e matérias estão voltadas para o público adolescente, porém essas dicas não ficam restritas somente aos “Teens”. Elas servem para os mais diferentes perfis, afinal as redes sociais estão abertas a todo o público independente de idade.

Muitos acreditam que as pessoas buscam popularidade para chamar a atenção de outras pessoas para relacionamentos afetivos como afirma o Perfil 1 (2015): “acredito que em busca de mais curtidas e para chamar a atenção de meninos ou meninas” já para outros querer ser popular faz bem ao ego, faz com que a pessoa se sinta amada.

“Porque esse site tem esse propósito, que a pessoa poste os acontecimentos, que mostre para o mundo que está sentindo, fazendo, pensando. Acho que ego da pessoa fica mais elevado quando as pessoas

curtem sua foto, então se faz bem pro ego a pessoa se sente amada e realizada” (PERFIL 3, 2015)

Há os que julgam assim como o Perfil 16 (2015) que “As pessoas gostam de se exhibir para se sentirem amadas”. Sendo assim buscam arrancar elogios de seus seguidores para que seja suprida alguma necessidade afetiva, ou então que acabam expondo demais sua vida para mostrar ao outro aquilo que na realidade não é, fazendo um acontecimento simples parecer algo grandiosamente importante:

“Algumas das Vezes por querer mostrar aquilo que não sao....se mostram pessoas completamente diferentes do que sao no dia a dia.....pra e sentirem importante naquele meio social....chamar atenção por aquilo que nao sao ou que sonham em ser”(Perfil 5, 2015)

Um dos assuntos que muito preocupa é a segurança, porém, as pessoas apesar de terem consciência de que no mundo virtual corre tantos riscos quanto no mundo real, ainda assim preferem correr riscos a deixar de publicar.

“Pq a gente esquece q tem milhões d pessoas do outro lado da tela e a sensação d estar dentro de casa sentado numa cadeira acaba trazendo segurança. A gente se skce dos perigos que existem atrás de um computador e acaba se expondo sem preocupar com riscos, apenas se preocupa com as curtidas tendo nosso momento d popularidade , apesar dos perigos eu gosto muito e prefiro correr riscos e me sentir krida.”(Perfil 7, 2015)

Outra percepção é que para se sentir popular, a pessoa sente a necessidade de ter quantidade de amigos, quanto mais, melhor e por esse motivo vai adicionando desconhecidos. Acaba entrando em grupos para curtir fotos alheias na busca de ser retribuído com curtidas nas suas fotos e até imploram para que outros a adicionem, porque estão bloqueados para enviar convite.

“É claro ki é por conta de status, tirando as pessoas ki trabalham se promovendo nas redes sócias, o resto e para ter status ou pior, se sentir querido, desejado, amado pelo menos virtualmente. claro ki as redes sócias são importantes, aproximam pessoas distantes, nos lembra de datas importantes, mas já percebeu ki é difícil ter amigos de verdade no mundo de hoje? temos tantas coisas para fazer, tantas responsabilidades, tanto estresse, mal conseguimos dar atenção a nossa família (mãe, pai, irmão, avós, marido, esposa, namorado, namorada) imagine então dar conta de 500 amigos no face? kkkk isso é palhaçada mesmo. Mais estamos em um mundo (pelo menos maioria) democrático, então cada um faz o ki ker e pronto.”(Perfil 10, 2015)

Conseguir seus “15 minutos de fama”, é o que muitos tentam na rede social, afinal, é um canal aberto para ser mostrado ao mundo em questão de segundos. Com essa busca incessante muitos perdem a noção do senso crítico e acabam exagerando em suas performances, postando vídeos e fotografias apelativas, publicando coisas desnecessárias e muitas vezes publicações agressivas. Na rede se acha de tudo e esse tudo se justifica pela busca incessante da fama, do reconhecimento, da popularidade:

“ISSO DEPENDE MUITO DE PESSOA PARA PESSOA MAS ACHO KI TODOS QUE ESTÃO AKI QUEREM ALGUM TIPO DE RECONHECIMENTO SEJA EM QUALQUER AREA DA VIDA ... MAS NA VERDADE O Q TODOS QUEREM É SÓ UM POUCO DE FAMA E GLAMOUR”(PERFIL 11, 2015)

Em outras palavras o Perfil 15 (2015) afirma: “na minha opinião é uma forma de ser notada, aprovada pela sociedade sem sair de casa”. Muitos conseguem chamar a atenção da mídia sem ao menos sair de casa, apenas estando sentado na frente de um computador.

Acredita-se que as TI ajudam as pessoas a fantasiarem e criarem um mundo que elas consideram perfeito para viverem em sociedade. Fazendo com que um simples almoço em família seja o maior acontecimento de todos os tempos. De certa forma essas atitudes podem ser interpretadas como uma maneira de suprir alguma necessidade sentimental da pessoa naquele momento, onde ela precisa se sentir especial, mostrando para as pessoas que os pequenos momentos que ela compartilha são intensos, que ela aproveita ao máximo todos os segundos vividos. Porém esquecem-se do lado ruim que isso causa nas pessoas que estão próximas, porque quando se marca um almoço em família, espera-se que as pessoas possam desfrutar de um momento agradável e compartilhar momentos bons presencialmente, não virtualmente, as pessoas estão mais presentes no mundo virtual do que no real.

Por exemplo, no almoço em família, antes de existir Facebook, as pessoas almoçavam e conversavam sem se preocupar em sair bem nas fotografias. Atualmente com as tecnologias da informação cada vez mais avançadas, as pessoas já postam instantaneamente na rede. Chega até ser cansativo estar presente em um momento em família e ter aquela pessoa que só se preocupa em tirar foto o tempo todo, é constrangedor para os demais ter que ser fotógrafo e

aparecer na rede sem ter autorizado o uso de sua imagem, afinal, existem pessoas que não gostam de se expor, porém acabam tendo suas fotos rolando na rede porque esteve com alguém que tira foto até dos cachorros para postar.

Na (FIGURA 17) nota-se que as palavras que mais foram utilizadas foram: “atenção”, no caso para chamar a atenção de todos, para ter “status”, “popularidade” alimentar o “ego”, para se sentirem “amadas”, para se “mostrar”, para mostrar sua “vida”. As pessoas estão expondo sua vida pessoal cada vez mais nas redes sociais, tudo para chamar a atenção de outras pessoas seja para ter popularidade, por status, para se mostrar ou então para alimentar o ego e se sentirem amadas.



FIGURA 17 - PORQUE TANTA EXPOSIÇÃO.

FONTE: A AUTORA (2015)

A (TABELA 5), mostra as respostas da quinta questão que queria saber do usuário se ele considera que a tecnologia da informação (celular, computador etc) é um fator influenciador na interatividade na rede social, se esses meios tecnológicos fazem com que a pessoa publique mais. Com as facilidades que a tecnologia proporciona, torna-se cada vez mais fácil e rápido fazer postagens e comentários na rede. Antigamente era necessário chegar em casa após trabalhar e/ou estudar para sentar-se em frente ao computador e passar as fotografias para o computador para

então publicá-las nas redes sociais. Atualmente você tira a foto e publica em segundos, isso graças a evolução das tecnologias da informação.

A grande maioria respondeu que sim, que a tecnologia tem influencia em suas postagens, vejamos a seguir.

TABELA 5 - INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Você considera que a facilidade da tecnologia móvel tem influenciado no aumento de suas postagens no Facebook?
As tecnologias tornam um pouco viciante, mas por outro lado permite mais facilidade na comunicação.
A tecnologia sempre me influencia por que posto as fotos na hora pelo celular.
Sim, porque se não fosse a tecnologia eu não estaria mostrando ao mundo quem sou eu.
Sim, pois a tecnologia e as redes sociais estão mais acessíveis a todas as classes sociais, isso influencia as pessoas as postarem mais informações, fotos, e mensagens do seu dia a dia.
Sim, porque é através dela que posso compartilhar com meus amigos as minhas fotos e ela permite que eu conheça diversas pessoas interessantes sem sair de casa.
Sim, pois ajuda a postar tudo o que pensamos e sentimos, o meu face é quase o meu diário, posto diariamente.
Pra fazer uma postagem sem duvidas vou precisar de um aparelho, mas isso não vai influenciar não.
Sim o Facebook vem se atualizando deixando mais fácil o acesso de todos com isso as pessoas se sentem mais a vontade de se expor.
Não, porque eu sou bem discreto no que posto justamente para não chamar muita atenção porque sou casado.

FONTE: A AUTORA (2015).

Alguns opinaram que a tecnologia se torna viciante e que deve ser usada com moderação, afinal, é um meio de comunicação muito importante na atualidade, como bem define o Perfil 1 (2015) “ acredito que se torna um pouco viciante, mas olhando por outro lado permite mais facilidade na comunicação, mas é preciso que se use moderadamente.” Para outros a tecnologia faz com que suas postagens sejam automáticas e isso quem afirma é o Perfil 3 (2015) “Sim, a tecnologia sempre me influencia por que hoje eu posto minhas fotos na hora pelo celular, as vezes eu posto algum comentário que me arrependo por que postei no impulso por que o celular tava na mão.” As vezes agir por impulso leva as pessoas a cometerem

equivocos que não são perdoados pela comunidade internauta, fazendo com que situações engraçadas ou então descuidadas virem os famosos “memes” que caem no gosto da rede em geral.

Existem aquelas pessoas que gostam mesmo de se exhibir, de ostentar bens materiais ou então a própria beleza, como afirma o Perfil 4 (2015) “sim, porque se não fosse a tecnologia eu não estaria mostrando ao mundo quem sou eu. Minhas fotos estariam somente num álbum mofando.” Não somente a beleza, como também pessoas mais “maduras” gostam de ostentar que podem ser sensuais mesmo após os 40 anos como o Perfil 6 (2015) “Eu amo a tecnologia, porque é através dela que posso compartilhar com meus amigos toda minha sensualidade, postar minhas fotos e me sentir muito feliz. A tecnologia permite que eu conheça diversas pessoas interessantes sem sair de casa.” Esse tipo de atitude foi revelado mais pelos perfis femininos, embora existam homens que também gostam de ostentar beleza e corpo sarado no Facebook, porém nessa entrevista isso prevaleceu mais para o lado das mulheres.

Outra pessoa que acredita que a tecnologia influencia no material que as pessoas produzem na rede social foi o Perfil 5 (2015): “Creio eu que sim, pois a tecnologia e as redes sociais estão mais acessíveis a todos as classes sociais, isso influencia as pessoas as postarem mais informações, fotos, e mensagens do seu dia a dia.”

Tem aquelas pessoas que gostam de personalizar suas postagens para causar um impacto maior em suas postagens, como afirma o Perfil 9 (2015): “E como influencia, porq o que preciso eu acho na net, eu procuro por sites q personalizam minhas fotos então posto fotos com efeitos que ficam maravilhosas amo muito tudo isso”, assim também como aquelas pessoas que gostam de escrever tudo que fazem como o Perfil 10 (2015): “Sim, pois ajuda muito a postar tudo ki pensamos e sentimos, o meu face é quase o meu diário, posto diariamente e na maioria das postagens uso meu smartfone.” Também aqueles que assim como o perfil 15:

“sim sim.....o facebook vem se modificando se atualizando deixando mais facil o acesso de todos com isso as pessoas se sentem mais a vontade de se expor..existem varias ferramentas nessa rede social que lhe permite interagir com estranhos amigos familiares e isso implica no seu uso com mais frequencia por todos.”(Perfil 15, 2015)

Existem também os “escravos do celular” como o Perfil 20 (2015): “Acho que sim porque sem meu celular fica mais complicado postar a todo momento, com ele eu fico on ate no busão.”

Poucos foram que disseram que a tecnologia não influencia em suas postagens e todos eles foram do sexo masculino, vejamos a resposta do Perfil 16 (2015) “No meu caso não, porque eu sou bem discreto no que posto justamente para não chamar muito atenção porque sou casado, então prefiro mandar minhas fotos para as pessoas por aqui no bate papo (...)” Já o Perfil 11 (2015): “PRA FAZER UMA POSTAGEM SEM DUVIDAS VOU PRECISAR DE UM APARELHO MAS ISSO NÃO VAI INFLUENCIAR NÃO”

A maioria que respondeu que não influencia, não soube justificar a resposta, apenas disseram que não. Nessa questão a maior parte dos entrevistados confirmou que sim, que a tecnologia tem influências sobre suas postagens.

Na (FIGURA 18) as palavras mais utilizadas foram: “Amigos”, “fotos”, “tecnologia”, “postar”, “pessoas”, “influencia”, “celular”, “postagens”, “permite”, “diariamente”, “sociais”. Que o avanço tecnológico propiciou muitos benefícios para a humanidade ninguém pode negar, através dela é possível se conectar com o mundo, postar fotos através do seu aparelho de celular, fazer suas postagens sem a necessidade de estar preso a um computador desktop, etc. A influência nas postagens e interações nas redes sociais diariamente só é possível com o auxílio das tecnologias da informação.



FIGURA 18- INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO.
 FONTE: A AUTORA (2015)

A (TABELA 6), mostra as respostas da sexta questão que queria saber por que a vida alheia interessa tanto aos outros. É um assunto muito interessante, afinal, muitos não admitem que gostem de “bisbilhotar” a vida alheia. Porém, sabemos que por mais que o objetivo não seja esse, acontece de dar uma “espiadinha” básica de vez em quando. Quem nunca acessou o perfil de outra pessoa só para saber o que ela fez, ou então para ver se tem alguma foto nova, ou ainda, quem nunca adicionou alguém somente para saber seus passos? É de natureza humana ser curioso, querer saber cada vez mais sobre os mais diversos temas e atualmente com as redes sociais essa curiosidade instiga as pessoas a serem ainda mais curiosas, afinal, é através delas que os usuários se manifestam postando dados pessoais, fotos, detalhes da intimidade que antigamente somente quem era mais íntimo sabia.

TABELA 6- INTERESSE PELA VIDA ALHEIA

Em sua opinião por que a vida alheia interessa tanto aos outros?
Devido a muitos estarem totalmente viciados então procuram algo para falarem ou dizerem dos outros.
Para comparar com a própria
Porque não precisa perguntar pra ninguém sobre a vida de alguém. O interessante de saber da vida dos outros é pra saber se estão bem ao comparar com a vida da gente.
Porque é interessante saber o que os outros estão fazendo.
Porque não tem vida própria, e não tem o que fazer.
A maioria das pessoas sempre acha que a vida dos outros é sempre melhor que a dela e é sempre mais interessante.
Porque a curiosidade é característica dos seres humanos.
As pessoas gostam de aparentar o que não são.

FONTE: A AUTORA (2015)

Saber acontecimentos da vida alheia sem sair de casa, correr e acessar o Facebook assim que o smartphone disparar a notificação de atualização de algum amigo. Ficar de olho no perfil de algum contato só para saber o que ele anda fazendo, quem nunca fez isso? Afinal a rede social está aberta para tudo isso e muito mais. As pessoas são livres para postarem o que quiserem, deixando na maioria das vezes seus contatos muito curiosos com postagens enigmáticas, outras vezes postando indiretas certeiras para seus rivais ou até mesmo ostentando status somente para fazer inveja aos demais.

Dentre as diversas respostas coletadas o Perfil 1 (2015) acha que as pessoas procuram acessar o perfil dos outros afirmando que “devido a muitos estarem totalmente viciados então procuram algo para falarem ou dizerem dos outros.” Nesse caso justifica-se pelo fato de que a rede social virou um vício, onde, a pessoa já não tem o que fazer na rede, então acaba entrando no perfil dos demais para terem o que comentar a respeito da vida alheia. O Perfil 2 (2015) afirmou que acessa os perfis alheios “pra comparar com a própria.” Nesse caso, é normal que as pessoas queiram saber como anda o colega com quem estudou no ensino médio, como ele está hoje em dia, se casou, se teve filhos, se está formado e seguindo carreira, como bem afirma o perfil 3:

Interessa porque você não precisa perguntar pra ninguém sobre a vida de ninguém é só adicionar como amigo e logo fica sabendo de tudo o legal de

saber da vida dos outros é pra saber se tão bem de comparar com a vida da gente. (PERFIL 3, 2015)

Assim como também afirma o Perfil 4 (2015) “porque é interessante saber o que os outros estão fazendo.” Também existem pessoas que garantem que o motivo de acessar o perfil alheio seja atribuído a inveja, como relatou o Perfil 5 (2015) : “Inveja, por não ter o que fazer no seu dia a dia, por ter vontade de querer ser a outra pessoa. ...de não ter vida própria de não manter a mente ocupada...”, esse argumento de não ter vida própria também foi citado pelo perfil 6:

Porque não tem vida própria, e não tem o que fazer./Geralmente são pessoas mau amadas. Eu procuro postar minhas fotos e procuro ser bem querida pelos que me adicionam e não me preocupo com a vida dos outros, tenho meu face pra mostrar minha sensualidade e não pra bisbilhotar a vida alheia. (...). (PERFIL 6, 2015)

Já o Perfil 11 (2015) defende que “A MAIORIA DAS PESSOAS SEMPRE ACHA QUE AVIDA DOS OUTROS E SEMPRE MELHOR Q A DELA É SEMPRE MAS INTERRESANTE..ACHO QUE ESSE É UM DOS FATORES” e também há os que acreditam que as pessoa gostam de postar para ostentar ser o que não são como afirmou o Perfil 19 (2015): “Sei La o povo gosta de aparenta o q naum eh” .E para finaliza o perfil 15 afirma que :

porque agora o acesso a essa informação esta mais fácil alem de ser uma curiosidade característica dos seres humanos....temos essa curiosidade dede a infancia em saber o que o amiguinho fez,quem ta namorando com quem,porque tal pessoa conseguiu uma promoção,porque tal pessoa tem isso ou falou akilo e por ai vai (PERFIL 15, 2015)

É da natureza humana a curiosidade, afinal, o que seria do mundo se não fossemos movidos pela curiosidade. Na (FIGURA 19) as palavras que mais se destacaram foram: “Vida”, “pessoas”, “fazendo”, “curiosidade”, “comparar”, “inveja”, “fotos”, “fuçar”. A ideia que se tem é que as pessoas se interessam muito em saber como anda a vida de outras pessoas para comparar com a própria por simples curiosidade de saber o que anda fazendo. A palavra “fuçar” pode ser interpretada como bisbilhotar, ficar olhando todos os detalhes, o que em muitos casos pode gerar um pontinho de inveja, talvez, um dos maiores problemas causado na atualidade por conta de tanta exposição por parte dos usuários.



FIGURA 19 - INTERESSE PELA VIDA ALHEIA.

FONTE: A AUTORA (2015).

Na (FIGURA 20) são exibidas todas as palavras e as que aparecem com mais destaque são “Saber”, “Vida”, “Pessoas”, “outros” “fotos”, “amigos”, em síntese acredita-se que a maior parte das pessoas entrevistadas está participando da rede social para saber da vida das pessoas. Mesmo que não digam diretamente que essa é a intenção, pelos argumentos leva-se a entender que esse é o motivo principal, que a vida dos outros tem sim muita importância seja para comparar a com a própria, para fazer comparações com outras pessoas conhecidas, amigos, parentes enfim, as pessoas gostam de saber como vai a vida alheia.



FIGURA 20 - NUVEM DE PALAVRAS DE TODAS AS ENTREVISTAS
 FONTE: A AUTORA (2015)

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO DE FUTURAS PESQUISAS

Que as redes sociais tornaram-se parte do cotidiano de milhares de pessoas, não podemos negar, porém, é necessário avaliar como elas estão utilizando as TI no seu dia-a-dia, avaliar o seu lado positivo e negativo para entender se trazem ao ser humano desenvolvimento ou limitação. Os avanços tecnológicos são significativos, a cada dia nos deparamos com novidades que atraem o interesse de seus usuários. Com acesso mais facilitado, as pessoas podem interagir com o mundo em questão de segundos usando apenas um celular. Para melhor compreender os impactos causados pela TI, podemos elencar os aspectos positivos que são de sociabilidade, com diversas formas de comunicação, mais opções para troca de informações, além de ajudar a aproximar a distância. Quanto aos aspectos negativos que podem ir desde o isolamento ao vício doentio, o acesso descontrolado, até o distanciamento das pessoas do convívio do “mundo real”.

De acordo com o objeto estudado a TI pode influenciar as pessoas a se exporem, visando notoriedade na rede social “Facebook”. Portanto a pesquisa realizada mostra que a tecnologia torna-se viciante e com isso as pessoas se expõem pelo fato de estar com um smartphone na mão, muitas vezes postando fotografias por impulso, justamente por ser instantâneo, pois clicou já está na rede. Além de confirmarem que pelo fato dela estar mais acessível a todo o público, isso vai influenciar as pessoas a postarem fatos da realidade no instante em que ocorrem. Outra questão é de que é muito mais prático compartilhar com os amigos todos os acontecimentos importantes da vida, fazendo com que a rede seja quase um diário virtual, porque o Facebook vem se atualizando e deixando mais fácil o acesso a todos, e com isso as pessoas se sentem mais comprometida sem se expor.

Em relação à notoriedade a pesquisa aponta que muitos buscam “curtidas” para chamar a atenção de outra pessoa, seja para relacionamento amoroso ou para se mostrar por conta de status, porque é uma forma de ser notada ou então aceita pela sociedade sem sair de casa e as pessoas gostam de se expor para suprir carências etc. Outros opinaram que o Facebook tem o propósito de postar os acontecimentos, de mostrar para o mundo que está sentindo, fazendo, pensando e seguindo esse princípio as pessoas postam sobre sua vida para se sentirem importante naquele meio social, chamando atenção por aquilo que não são ou aquilo

que sonham em ser, porque querem reconhecimento em alguma área da vida e querem um pouco de fama e glamour por meio de modismos da sociedade.

De acordo com o presente estudo as tecnologias da informação influenciam as pessoas a se exporem por meio da interação com seus contatos, isso faz com que elas se exponham intencionalmente ou até mesmo por impulso, porque no fundo buscam a sociabilidade, elas querem viver em sociedade e as redes sociais proporcionam isso, dando opções de entretenimento onde o usuário pode interagir com pessoas queridas de seu convívio pessoal e até mesmo conhecer pessoas de qualquer parte do mundo que faz parte de um traço da cultura brasileira de valorizar o estrangeiro, para fazer novas amizades e quem sabe até mesmo encontrar um parceiro para um relacionamento amoroso.

Os aspectos sociais visíveis na pesquisa mostram que a interação com outras pessoas por meio das redes sociais é o que os usuários priorizam quando criam um perfil no Facebook. Outros aspectos que foram percebidos nas entrelinhas são os de assuntos relacionados à segurança virtual, por conta de dados que na maioria das vezes estão abertos para o público em geral. Muitos usuários não se dão conta de que tanto as informações do perfil que estão disponíveis na opção “sobre”, que consiste no preenchimento de: opções de trabalho e educação, locais onde você morou, informações básicas e de contato, família e relacionamentos, detalhes sobre você e acontecimentos, quanto algumas postagens de check-in na linha do tempo, podem ser configuradas conforme o público que se deseja atingir, onde possui o nível público, que permite que pessoas que não estejam em sua lista de amigos visualizem todo o conteúdo que você publicou. Além de possuir também o nível amigos que permite que os amigos da lista e os amigos deles possam visualizar as informações e postagens. Muitos crimes e sequestros podem ser planejados tomando como base as postagens e os check-in das vítimas, que muitas vezes nem preocupam com esses detalhes. A recomendação para estudos futuros no Facebook é sobre a questão da segurança virtual voltada para as informações pessoais e das postagens que estão configuradas como público, bem como os aspectos de socialização evidenciados.

REFERÊNCIAS

ANAIS DO XIV ENCONTRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA PUC-CAMPINAS, 14., 2009, Campinas. **Estudo do processo de gerenciamento de informações em organizações**. Campinas: Puc-campinas, 2009. 3 p. Disponível em: <<https://www.puc-campinas.edu.br/websist/portal/pesquisa/ic/pic2009/resumos/{BAA52DE3-B7ED-4464-BB20-D8560DEC8AD0}.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

AGUIAR, Sonia. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Artigo**. Santos: Intercom, 2007. p. 1 - 15.

BARRETO, A. M. Informação e conhecimento na era digital. **Transinformação**, Campinas, v. 17, n. 2, maio/ago. 2005.

BRAGA, Juliana. **Segundo meio de comunicação mais usado é internet, aponta pesquisa**. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2014/03/segundo-meio-de-comunicacao-mais-usado-e-internet-aponta-pesquisa.html>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

CHIADO MAGAZINE. **Como Fingir Que Tem Uma Namorada? Aqui Está a Lição**. Disponível em: <<http://www.chiadamagazine.com/2014/09/como-fingir-que-tem-uma-namorada-aqui.html>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

CHIADO MAGAZINE. **Perceba Porque Mentem As Fotografias de Perfil**. 2014. Disponível em: <<http://www.chiadamagazine.com/2014/09/perceba-porque-mentem-as-fotografias-de.html>>. Acesso em: 20 out. 2014.

DIAS, Isabella Silveira. Redes sociais e perfis digigráficos: Um estudo de caso sobre o Facebook. In: 13 CONGRESSO NACIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 13., 2013, Campinas. **Anais do Conic-semesp**. Campinas: Conic-semesp, 2013. v. 1, p. 1 - 12. Disponível em: <<http://conic-semesp.org.br/anais/files/2013/trabalho-1000014296.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

DICIONARIO das redes sociais significados. Disponível em: <<http://las-divas.comunidades.net/index.php?pagina=1565917562>>. Acesso em: 11 nov. 2014.

DICIONÁRIO DO AURÉLIO (Comp.). **Significado de Sociabilidade**. Curitiba: Positivo, 2015. Disponível em: <<http://dicionariodoaurelio.com/sociabilidade>>. Acesso em: 11 jun. 2015.

DICIONÁRIO reúne termos usados em redes sociais. 2014. Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/cidade/dicionario-reune-termos-usados-em-redes-sociais-1.1061462>>. Acesso em: 10 nov. 2014.

FACEBOOK. **O Facebook pode ajudar você a alcançar todas as pessoas que interessam para a sua empresa.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/business/overview>>. Acesso em: 07 nov. 2014.

FARIA, Tiago. **Holandesa usa Facebook e Photoshop para criar viagem de férias “de mentirinha”.** 2014. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2014/09/11/holandesa-usa-facebook-e-photoshop-para-mentir-sobre-viagem-de-ferias/>>.

FERREIRA, Naiara Silva; ARRUDA FILHO, Emilio José Montero. **PREFERÊNCIA E USABILIDADE DA IMAGEM SOCIAL NO FACEBOOK: UMA ANÁLISE NETNOGRÁFICA.** In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 15, 2012, Belém. **Artigo.** Belém: Semead, 2012. p. 1 - 17.

MORTE das Conversas. **Fotografo Capta a Obsessão Pelos Telemóveis.** 2014. Disponível em: <<http://www.chiadamagazine.com/2014/10/a-morte-das-conversas-fotografo-capta.html>>. Acesso em: 13 out. 2014.

NETNOGRÁFICA. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 15, 2012, Belém. **Artigo.** Belém: Semead, 2012. p. 1 - 17.

FREITAS, Juliana Lazzarotto; SILVA, Helena de Fátima Nunes; BUFREM, Leilah Santiago. | 35 | Informe: Estudos em Biblioteconomia e Gestão da Informação Recife | v. 1 | n. 1 | p. 35 - 49 | 2012 **GESTÃO DO CONHECIMENTO E REDES SOCIAIS : uma análise da literatura periódica científica da Ciência da Informação.** | 35 | Informe: Estudos em Biblioteconomia e Gestão da Informação, Recife, v. 1, n. 1, p.35-49, dez. 2012. Semestral.

GALLI, Fernanda Correa Silveira. **LINGUAGEM DA INTERNET: um meio de comunicação global.** 2002. 13 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação em Filologia e Lingüística Portuguesa, - Unesp/assis, São Paulo, 2002.

HENRIQUES, Sandra Mara Garcia. **Mobile Social Network: a tecnologia móvel e o avanço das novas redes sociais.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 22., 2009, Porto Alegre. **Artigo.** Curitiba: Intercom, 2009. p. 1 - 15.

KOZINETS, Robert V.. **NETNOGRAFIA: A ARMA SECRETA DOS PROFISSIONAIS DE MARKETING:** Como o conhecimento das mídias sociais gera inovação. 2010. Disponível em: <http://bravdesign.com.br/wp-content/uploads/2012/07/netnografia_portugues.pdf>. Acesso em: 26 out. 2014.

KOZINETS, Robert V.. **Netnografia:** Realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014. 203 p.

LEITE, Luis Marcos. **O que são redes sociais**. 2014. Disponível em: <<http://ogestor.eti.br/o-que-sao-redes-sociais/>>. Acesso em: 03 nov. 2014.

LIZ, Bianca Andrade de; SANTOS, Rennê Roberto dos; JOHN, Valquiria Michela. A construção da identidade no Facebook: análise de como as gerações constroem e compartilham sua identidade no ambiente virtual. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 13., 2012, Chapecó. **Artigo**. Chapecó: Intercom, 2012. p. 1 - 15.

LOPES, Claudia. Novas tecnologias: a Intranet como fator de mudança para as unidades de informação. **Informação & Informação**, Londrina, v. 6, n. 1, p.1-6, jan. 2001. Quadrimestral.

LUMINI, Milena. **Sites oferecem serviço de venda e troca de curtidas nas redes sociais**. 2014. Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/economia/noticia/2014/05/sites-oferecem-servico-de-venda-e-troca-de-curtidas-nas-redes-sociais-4505194.html>>. Acesso em: 21 out. 2014.

MARCELO, Ana Sofia. **Internet e Novas Formas de Sociabilidade**. 2001. 159 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2001.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 7ª edição, 2012.

NOVELI, Marcio. Do Off-line para o Online: a Netnografia como um Método de Pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a Etnografia para a Internet? **Revista Organizações em Contexto**, São Paulo, v. 6, n. 12, p.107-133, jun. 2010.

O QUE é Meme. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/meme/>>. Acesso em: 11 nov. 2014.

OLIVEIRA, Daniella Lisieux de. Facebook e Cidade: quando as características das relações do mundo real invadem a esfera virtual. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE —, 17., 2012, Ouro Preto. **Artigo**. Ouro Preto: Intercom, 2012. p. 1 - 12.

PEDIDOS de governos por dados de usuários sobe 24%, diz Facebook. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/11/pedidos-de-governos-por-dados-de-usuarios-sobe-24-diz-facebook.html>>. Acesso em: 06 nov. 2014.

RECUERO, Raquel da Cunha. **A INTERNET E A NOVA REVOLUÇÃO NA COMUNICAÇÃO MUNDIAL**. Rio Grande do Sul: Pontifícia Universidade Católica, 2000

REIS, Marcella et al. O outro lado do Facebook. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE, 11., 2012, Palmas. **Artigo**. Palmas: Intercom, 2012. p. 1 - 7.

RODRIGUES, Luciano. **6 tendências recentes em redes sociais no Brasil Obrigado por reproduzir a nossa matéria. Não deixe, por favor, de dar o devido crédito ao nosso site: <http://brasillink.usmediaconsulting.com/2014/08/6-tendencias-recentes-em-redes-sociais-no-brasil/>**. 2014. Disponível em: <<http://brasillink.usmediaconsulting.com/2014/08/6-tendencias-recentes-em-redes-sociais-no-brasil/>>. Acesso em: 20 out. 2014.

SANTOS, Francisco Coelho dos and CYPRIANO, Cristina Petersen. **Redes sociais, redes de sociabilidade**. *Rev. bras. Ci. Soc.* [online]. 2014, vol.29, n.85, pp. 63-78. ISSN 0102-6909.

SARAIVA, Luana Negrelly; CABRAL, Adilson. A Internet que nos protege. **Revista do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 4, p.1-14, jan. 2001.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; CHIARA, Ivone Guerreiro di. Das redes sociais à inovação. **SciELO**, Brasília, v. 34, n. 2, p.93-104, maio 2005.

APÊNDICE A – ROTEIRO PARA COLETA DE DADOS

As perguntas norteadoras da pesquisa seguiram o seguinte roteiro proposto:

1. Que tipo de informação você procura acessar em seu tempo livre?
2. Que informação você pretende passar para seus contatos na rede social “Facebook” com suas postagens?
3. Qual é o motivo que levou você a criar um perfil na rede social “Facebook”?
4. Por que de tanta exposição, o porquê da busca pela popularidade, do “status”?
5. Como a tecnologia da informação pode influenciar na sua interatividade na rede social Facebook?
6. Em sua opinião por que a vida alheia interessa tanto aos outros?